

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

**PATRÍCIA MATOS DOS SANTOS:**

**PERFORMANCE, INVESTIMENTO AFETIVO E DISPUTA SIMBÓLICA:  
A DINÂMICA DA COMUNIDADE DE FÃS DO GRUPO BACKSTREET BOYS.**

**Rio de Janeiro**

**2010**



Jornal O Globo, 5 de maio de 2001.

Patrícia Matos dos Santos

**PERFORMANCE, INVESTIMENTO AFETIVO E DISPUTA SIMBÓLICA:** a dinâmica da comunidade de fãs do grupo Backstreet Boys.

Monografia submetida à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social, habilitação em Radialismo

Orientador: Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Mônica Machado

Rio de Janeiro

2010

S237 Santos, Patrícia M.

Performance, investimento afetivo e disputa simbólica: a dinâmica da comunidade de fãs do grupo Backstreet Boys / Patrícia Matos dos Santos. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.

72 f.: il.

Monografia (Graduação em Comunicação Social) Universidade Federal do Rio de Janeiro, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Escola de Comunicação. 2010.

Orientadora: Mônica Machado

1. Comunicação de massa. 2. Cultura 3. Música Popular 4. Fãs  
I. Machado, Mônica. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação.

CDD: 302.23

Patrícia Matos dos Santos

**PERFORMANCE, INVESTIMENTO AFETIVO E DISPUTA SIMBÓLICA:** a dinâmica da comunidade de fãs do grupo Backstreet Boys

Monografia submetida à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social, habilitação em Radialismo.

Rio de Janeiro, ..... de julho de 2010

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Mônica Machado, ECO/UFRJ

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Liv Sovik, ECO/UFRJ

---

Prof<sup>o</sup> Tiago José Lemos Monteiro

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Fátima Sobral Fernandes, ECO/UFRJ

Este trabalho é dedicado a Maristela Ribeiro de Matos,  
minha mãe, a fã perfeita.

A todas as BSB fãs ao redor do mundo.  
*Keep Backstreet Pride Alive.*

## AGRADECIMENTOS

A Mônica Machado, pelo carinho e atenção comigo e com este projeto.

A todas as colaboradoras e amigas, em especial Ana Carolina Gueiros, Ana Cecília Soares, Camila Duarte, Carina Amorim, Carolina Fernandes, Danielle Lisboa, Fabiana Afonso, Lorena Patrício, Luciana Azevedo, Luciana Ferreira e Patrícia Alvarez.

A Hannar Alves e Leonardo Silvestre, meu fã-clube.

A Pedro Curi, pelas discussões teóricas (ou nem tanto) no MSN.

A Tiago Monteiro, pelo *start*, pelo incentivo, pelos conselhos, enfim, por tudo.

***“This one goes out to you.”***

*“As long as we have our fans we can conquer anything”*  
(Nick Carter – Backstreet Boys)



## RESUMO

SANTOS, Patrícia M. **Performance, investimento afetivo e disputa simbólica: a dinâmica da comunidade de fãs do grupo Backstreet Boys**. Monografia (Graduação em Comunicação Social, Habilitação em Radialismo) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio De Janeiro. Rio de Janeiro, 2010.

Fãs são conhecidos por atitudes extremas na tentativa de demonstrar admiração ou para chegar perto do ídolo. Embora muito desta visão permaneça até hoje no senso comum, com a expansão dos Estudos Culturais nos EUA e Inglaterra, a validade do discurso dominante sobre os fãs começou a ser questionada. O fã passou a ser visto, também, como um receptor criativo, capaz de transformar sua dedicação em novos artefatos e sentidos a partir do objeto de culto. A década de 1990 testemunhou o auge dos grupos de música pop formados por garotos, conhecidos como Boy Bands. O grupo Backstreet Boys, maior expoente do gênero, se tornou conhecido, principalmente, por arrastar uma multidão de fãs por onde passava. O comportamento destas fãs chamou a atenção da mídia. O aparente exagero nas práticas cotidianas das comunidades de fãs resultou em uma série de estereótipos e mitos, como o da histeria. Este trabalho tem como objetivo produzir uma abordagem que questione os discursos hegemônicos sobre os fãs e, assim, propor um referencial teórico que leva em consideração sua relação com o aparato midiático. O conceito de escuta performática de Simon Frith (1996) norteia boa parte deste trabalho, atualizado e articulado com as noções de investimento afetivo (GROSSBERG, 2001) e disputa simbólica (BOURDIEU, 1983) a fim de constituir o arcabouço teórico necessário para compreender o comportamento das fãs diante de seus ídolos.

FÃS; MÚSICA POPULAR MASSIVA; CULTURA DA MÍDIA

## ABSTRACT

SANTOS, Patrícia M. **Performance, investimento afetivo e disputa simbólica:** a dinâmica da comunidade de fãs do grupo Backstreet Boys. Monografia (Graduação em Comunicação Social, Habilitação em Radialismo) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio De Janeiro. Rio de Janeiro, 2010.

Fans are known for extremes in trying to show admiration or to get near their idol. Although much of this vision remains today on common sense, with the expansion of Cultural Studies in the U.S. and England, the validity of the dominant discourse about the fans began to be questioned. The fan became to be seen also as a creative receiver, able to transform its dedication to new artifacts and senses from the object of worship. The 1990s witnessed the rise of pop music groups made up of boys, known as the Boy Bands. The Backstreet Boys, the greatest exponent of the genre, has become known mainly by dragging a crowd of fans wherever they went. The behavior of these fans drew media attention. The apparent exaggeration in daily practices of fans communities resulted in a series of stereotypes and myths, such as hysteria. This work aims to produce an approach that questions the hegemonic discourses about the fans and consequently offer a theoretical framework that takes into account its relationship with the media apparatus. The Simon Frith's concept of performative listening (1996) guides much of this work, updated and linked with the notions of affective investment (Grossberg, 2001) and symbolic dispute (Bourdieu, 1983) to form the theoretical basis needed to understand the behavior of fans before their idols.

FANDOM; POPULAR MUSIC; MEDIA CULTURE

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>13</b>
<b>1.1</b>	<b>Contexto do trabalho</b>	<b>14</b>
<b>1.2</b>	<b>Delimitação do tema</b>	<b>14</b>
<b>1.3</b>	<b>Objetivo</b>	<b>15</b>
<b>1.4</b>	<b>Justificativa da Relevância</b>	<b>16</b>
<b>1.5</b>	<b>Quadro de referências teóricas e metodologia</b>	<b>16</b>
<b>1.5.1</b>	Levantamento bibliográfico	<b>17</b>
<b>1.5.2</b>	Esclarecimentos sobre o método	<b>17</b>
<b>1.6</b>	<b>Organização do estudo</b>	<b>19</b>
<b>2</b>	<b>“HISTERIA COLETIVA”: CARACTERIZANDO FÃS E O SEXO FEMININO</b>	<b>20</b>
<b>2.1</b>	<b>“Quando crescer, isso passa”:</b> Adolescência como construto discursivo	<b>20</b>
<b>2.2</b>	<b>Condição feminina na cultura de massa</b>	<b>22</b>
<b>2.3</b>	<b>20 de novembro de 2000:</b> a primeira visita dos Backstreet Boys ao Brasil	<b>24</b>
<b>3</b>	<b>CAÇADORES TEXTUAIS – A REDENÇÃO ACADÊMICA DOS FÃS E NOVAS ABORDAGENS</b>	<b>29</b>
<b>3.1</b>	<b>Os Estudos Culturais</b>	<b>29</b>
<b>3.2</b>	<b>“As melhores fãs do mundo”:</b> Elas são parte do show (e sabem disso)	<b>31</b>
<b>3.2.1</b>	<i>“Now throw your hands up in the air”:</i> Não basta ser fã, tem que participar	<b>34</b>
<b>3.2.2</b>	<i>“Who do you love?”:</i> A expressão dos sentimentos como linguagem.	<b>36</b>
<b>3.3.</b>	<b>“Just to be close to you”:</b> Fãs, ídolos e o mercado fonográfico atual.	<b>38</b>
<b>3.3.1</b>	Novas mídias: novas estratégias de diminuição da distancia?	<b>40</b>
<b>3.3.2</b>	Distanciar-se para aproximar-se: mudanças no comportamento das fãs	<b>44</b>
<b>4</b>	<b>ACADÊMICOS, FÃS E ACADÊMICOS-FÃS: TENSÕES E NEGOCIAÇÕES</b>	<b>46</b>
<b>4.1</b>	<b>Entra em cena o pesquisador-insider:</b> Advogando em causa própria?	<b>46</b>
<b>4.2</b>	<b>Conflitos e contradições:</b> Incorporação do discurso senso-comum no discurso das fãs	<b>47</b>

<b>4.3</b>	<b>Autoetnografia: explicitando o lugar de fala</b>	<b>49</b>
<b>4.4</b>	<b><i>Unbreakable Latin American Tour: Eu fui.</i> - Um relato autoetnográfico</b>	<b>50</b>
<b>5</b>	<b>CONCLUSÕES</b>	<b>54</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>56</b>
	<b>ANEXO A - Reportagens</b>	<b>59</b>
	<b>ANEXO B - Letra da música <i>Larger Than Life</i> (original em inglês)</b>	<b>72</b>

## 1 Introdução

Sei que vocês querem saber sobre o show de amanhã à noite. Quem são estes jovens de Liverpool que se denominam "Os *Beatles*"? O que podemos esperar? Bem, deixe-me explicar. A um tempo atrás, tivemos em nosso palco um jovem chamado Elvis Presley. Alguns de vocês devem se lembrar. Causou uma sensacional reação entre os mais jovens aqui na nossa plateia. Amanhã à noite, aqui mesmo no nosso palco, teremos um Elvis Presley multiplicado por quatro. Acalmem-se, Acalmem-se. Muito bem. Há poucas semanas, estive na Inglaterra e vi esses quatro jovens ao vivo. Sylvia e eu achamos incrível o que eles provocaram na plateia. Quero que estejam preparados para gritos, histeria, desmaios, convulsões, ataques, espasmos e até tentativas de suicídio. Tudo isso é normal e significa que estas jovens estão se divertindo.

(Retirado do filme *Febre de Juventude*; Robert Zemeckis, 1978)

Do indivíduo solitário e obsessivo à massa histérica. O fã, antes um simples admirador, aos poucos se tornou algo nocivo aos olhos da sociedade. Imagens como as da *beatlemania*<sup>1</sup> e do fã que assassinou John Lennon são facilmente lembradas quando o assunto é idolatria, termo este empregado em larga escala para descrever tais práticas.

Fãs também são conhecidos por atitudes extremas na tentativa de demonstrar admiração ou para chegar perto do ídolo, principalmente fãs do sexo feminino. A citação que abre este trabalho foi retirada do filme *I Wanna Hold Your Hand*, que no Brasil recebeu o sugestivo título de *Febre de Juventude*, dirigido por Robert Zemeckis e produzido por Steven Spielberg no ano de 1978. O longa trata da chegada dos *Beatles* a América do Norte em 1964 e narra as aventuras de um grupo de amigas para alcançá-los. Na sequência de abertura o apresentador Ed Sullivan (representado pelo ator Will Jordan) dá instruções a sua equipe sobre como lidar com o fenômeno da *Beatlemania* que chegaria ao seu estúdio na noite seguinte.

Curioso notar que, ao contrário do discurso hegemônico da época, o apresentador não parece preocupado com o comportamento das jovens e chega a afirmar que “é normal e significa que elas estão se divertindo”. Percebe-se já naquele momento uma abordagem diferente daquela predominante no senso comum, incentivando e incluindo o comportamento das fãs como parte do show.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> “*Beatlemania* é um termo criado na década de 1960 originalmente usado para descrever o intenso frenesi dos fãs dos *Beatles*, demonstrado principalmente por garotas adolescentes, nos locais em que a banda se apresentava durante seus anos iniciais de sucesso. O termo adquiriu um significado mais amplo, se referindo ao forte interesse mundial pela banda, ocorrido em proporções inéditas na História.” (PUGIALLI, 2008)

<sup>2</sup> Como registrado mais adiante, vários autores apontam para o fato de que não há dados suficientes para mensurar o impacto da *Beatlemania* e algumas fontes jornalísticas podem ter exagerado nos números, de maneira sensacionalista, a fim de potencializar a importância do fenômeno.

## 1.1 Contexto do trabalho

Até os anos 80, o fã era considerado o maior exemplo de consumidor passivo da chamada indústria cultural. O fato de seus objetos de afeto pertencerem à chamada cultura de massa (tida por muitos como algo alienante e em constante oposição à cultura erudita) contribuiu para que sua condição de fã fosse ainda mais deslegitimada.

A imagem do fã, e consequentemente seu estigma de comportamento doentio, foi construída e utilizada em larga escala pela mídia em filmes, programas de TV e na imprensa. Fruto da preocupação crescente com a chamada juventude, tais discursos refletiam os medos da sociedade em relação ao que era considerado a idade do perigo, do descontrole emocional ocasionado pela puberdade (FREIRE FILHO, 2007).

Embora muito desta visão possa permanecer até hoje no senso comum, os anos 80 trouxeram uma virada teórica e com a expansão dos Estudos Culturais nos EUA e Inglaterra, começou a ser questionada a validade do discurso dominante sobre os fãs e dos paradigmas que lhe davam suporte. O fã passou a ser visto, também, como um receptor criativo, capaz de transformar sua dedicação em novos artefatos e sentidos a partir do objeto de culto, configurando assim, para alguns teóricos, um ato de resistência contra a cultura hegemônica (FREIRE FILHO, 2007). Tal abordagem possibilitou o surgimento de estudos acerca das mais diversas comunidades de fãs<sup>3</sup>, suas dinâmicas e seus desdobramentos no cenário midiático atual.

## 1.2 Delimitação do tema

A década de 1990 testemunhou o auge dos grupos de música pop formados por garotos, conhecidos como *Boy Bands*. São lembrados, principalmente, por seu forte apelo entre meninas adolescentes e pela temática romântica de suas músicas. Formado no ano de 1993 em Orlando, Flórida, o grupo norte-americano *Backstreet Boys* logo se tornou fenômeno mundial em vendas, tendo alcançado seu auge entre os anos de 1997 e 2001. Representante mais expressivo das *Boy Bands* nos últimos

---

<sup>3</sup> O termo “comunidade” é empregado aqui em referência tanto às comunidades afetivas (DeCERTEAU, 1994) como às comunidade imaginadas (ANDERSON, 2008). Não confundir com a referência contemporânea às comunidades virtuais que também serão abordadas neste trabalho.

anos, o grupo *Backstreet Boys* se tornou conhecido no final dos anos noventa por suas baladas, coreografias e, principalmente, por arrastar uma multidão de fãs por onde passava. Este último aspecto se confirmou durante as visitas do grupo ao Brasil nos anos de 2000, 2001 e, mais recentemente, em 2009 (VIOLA, 2009).

O caso das fãs das *Boy Bands* é emblemático e comparável à *beatlemania* em nível de comoção por parte das adolescentes. O comportamento destas fãs ao encontrar a banda, ou na possibilidade de um encontro, chamou a atenção da mídia e levou a imprensa a classificar o fenômeno como *Backstreetmania*, em clara referência ao comportamento das fãs dos *Beatles* nos anos 60. O aparente exagero nas práticas cotidianas destas fãs e o fato de esta comunidade ser constituída quase que em sua totalidade por mulheres que, no momento em que o grupo surgiu, se encontravam no período da vida considerado adolescência, resultou em uma série de estereótipos e mitos, como o da histeria. Desta forma, em um primeiro momento, a motivação para este estudo foi investigar o que havia por trás do comportamento destas fãs, caracterizado em sua maioria por gritos, choro e até desmaios, e o que as levava a agir desta maneira.

### 1.3 Objetivo

Neste trabalho, tem-se como objetivo questionar tanto a idéia senso comum da fã adolescente, histérica e de comportamento obsessivo beirando o patológico, quanto a visão excessivamente empoderadora posta em pauta pelos Estudos Culturais e, assim, propor uma abordagem que leva em consideração o discurso dos fãs e sua relação com o aparato midiático. Observando que a imagem da banda está irreversivelmente associada ao comportamento de suas fãs, o conjunto de códigos adotados pelas fãs diante dos ídolos ou diante da possibilidade de um encontro, serve como fio condutor desta análise. Aqui parte-se do princípio de que a expressão dos sentimentos é o elemento principal da produção de sentido no interior desta comunidade, ou seja, a linguagem através da qual estas fãs se comunicam entre si, com o ídolo e com a sociedade.

A proposta deste trabalho é menos desmistificar o estereótipo da histeria e mais apresentar uma alternativa à abordagem generalizante dos discursos dominantes até o momento. Classificar o comportamento das fãs como histeria leva ao mascaramento de uma série de generalizações e estigmas acerca da

adolescência e do papel da mulher na cultura de massa, além de, na maioria das vezes, se basear única e exclusivamente em um discurso senso comum, sem maiores questionamentos. O que este trabalho propõe é um olhar mais detalhado para um fenômeno que tem se tornado cada vez mais evidente. Escolhi como objeto justamente uma das comunidades de fãs mais estereotipadas (se não a mais estereotipada) na atualidade e, desta forma, pretendo analisar os discursos da mídia, da academia e das próprias fãs a respeito de suas práticas, bem como suas implicações para a imagem da banda e para a indústria de entretenimento como um todo.

#### 1.4 Justificativa da Relevância

Diante do cenário atual de crise da indústria fonográfica e de entretenimento, é cada vez mais notório o papel dos fãs para a valorização e circulação dos bens culturais. De *fan fictions* aos *fan films*, passando pela prática do *cosplay*<sup>4</sup>; são inúmeros os exemplos da capacidade produtiva da audiência em contraste à visão estigmatizante que predominava na academia até alguns anos e que ainda sobrevive no senso comum. Porém os estudos que tratam dos fãs neste novo contexto são focados apenas na forma de participação mais evidente: a produção de novos textos a partir do original. Demonstrar uma maneira menos óbvia, embora nada sutil, de participação e que, até hoje, é vista sob uma série de estigmas e estereótipos, se mostra de extrema importância uma vez que estes fenômenos tendem a se repetir, com maior ou menor intensidade, ao longo da história da música pop.

#### 1.5 Quadro de referências teóricas e metodologia.

Esta abordagem segue o caminho percorrido pelos Estudos Culturais que procura observar os fãs como produtores de sentido e de bens simbólicos relacionados ao seu objeto de dedicação. O conceito de escuta performática de Simon Frith (1996) norteia boa parte deste trabalho, atualizado e articulado com as

<sup>4</sup> *Fan fictions*, ou *fan fics*, são histórias escritas por fãs e para fãs relacionadas ao seu objeto de interesse. *Fan films* são paródias, versões e releituras de produtos audiovisuais, como a franquia cinematográfica Star Wars, podendo se expandir para personagens de histórias em quadrinhos, literatura, entre outros. Já o *cosplay* é a prática comum entre os fãs da cultura pop japonesa, que se autodenominam *Otakus*, de se vestir como personagens de *anime* (o desenho animado japonês) e *mangá* (histórias em quadrinhos).



noções de investimento afetivo (GROSSBERG, 2001) e disputa simbólica (BOURDIEU, 1983) a fim de constituir o arcabouço teórico necessário para compreender o comportamento das fãs diante de seus ídolos. Além disso, a concepção de cultura da mídia trabalhada por Douglas Kellner (2001) está presente em toda esta análise.

Aqui evita-se ao máximo a abordagem psicanalítica das práticas dos fãs por entender que o modo como conceitos da psicanálise são aplicados e perpetuados pelo discurso midiático, principalmente aqueles relacionados a histeria, contribui para a patologização das práticas dos fãs (DELL, 1998). Desta forma, apesar de reconhecer a existência da abordagem psicanalítica para tratar o fenômeno, este trabalho opta por não seguir esta tradição teórica e procura demonstrar os efeitos do mito da histeria no interior da comunidade de fãs.

### **1.5.1 Levantamento bibliográfico**

A bibliografia em língua portuguesa sobre o tema é bastante escassa e, com exceção do trabalho desenvolvido por João Freire Filho (2007), que em seu livro *Reinvenções da Resistência Juvenil* dedica um capítulo às práticas dos fãs, os estudos a este respeito no campo da comunicação no Brasil se limitam a dissertações de mestrado, como as de Monteiro (2007) e Curi (2010), e teses de doutorado, como o trabalho de Campanella (2010). Desta forma grande parte da bibliografia deste trabalho é composta por compilações de artigos em inglês presentes em *The Adoring Audience*, organizado por Lisa Lewis (2001), *Fan Cultures*, de Matt Hills (2002) e *Theorizing Fandom*, de Cheryl Harris e Alison Alexander (1998). Há também a obra de Henry Jenkins (1992; 2001) que desde *Textual Poachers* vem abordando a questão do fã e sua participação na cultura.

### **1.5.2 Esclarecimentos sobre o método**

Esta análise se concentra na comunidade de fãs brasileiras do grupo, considerando que esta comunidade possui características próprias em relação às fãs de outros países e formam um grupo bastante coeso. Através de observação participativa *online* e *offline*, este trabalho observa de que forma se dá a dinâmica das fãs entre si e em relação ao aparato midiático.

Foram coletados materiais como entrevistas por email, presenciais e em vídeo, imagens produzidas por fãs durante as visitas do grupo ao Brasil, além de um questionário com informações socioeconômicas distribuído virtualmente para o qual obtive cerca de 50 respostas. Estive presente, também, em encontros mensais promovidos por fãs-clubes e nos shows da banda nos dias 5 e 7 de março de 2009, em São Paulo e no Rio de Janeiro respectivamente.

Utiliza-se neste trabalho a metodologia da netnografia, ou etnografia virtual (SÁ, 2001; AMARAL, 2008), participando de sites de relacionamento, fóruns, listas de discussão e fãs-clubes *online* onde me apresentei como pesquisadora em alguns casos e em outros não. Observei a dinâmica e as discussões das fãs no ambiente da internet e trouxe estes dados para a pesquisa na forma de diálogos postados (ou seja, publicados pelos usuários) em fóruns virtuais, notadamente na rede social *Orkut*, amplamente utilizada pela comunidade brasileira de fãs do grupo. Como a banda têm estado longe da grande mídia nos últimos anos, tendo passado por um hiato entre os anos de 2001 e 2005, a maior parte da interação entre estas fãs têm acontecido no ambiente da internet. Desta forma, esta metodologia se mostrou bastante eficaz, principalmente quando a comunidade se tornou presencial novamente – isto é, quando a banda anunciou uma nova turnê que passaria pelo Brasil oito anos após sua última visita, em 2001- e surgiu a oportunidade de uma comparação entre os contextos *online* e *offline*.

A vinda do grupo ao Brasil em março de 2009 foi bastante frutífera para a pesquisa, possibilitando que eu observasse a mobilização das fãs de forma atualizada, em um contexto totalmente distinto daquele existente nos anos 2000 e 2001. Além disso, procurei utilizar minha posição de *insider* como fator facilitador no diálogo com as fãs. Minha própria experiência como fã fez com que eu repensasse uma série de conceitos construídos quando do início da pesquisa, baseados em relatos e em minhas próprias memórias dos shows em 2000 e 2001. Desta forma defendo a importância deste tipo de experiência e do papel do pesquisador-*insider*, não somente como alguém que possui profunda ligação com seu objeto de estudo, mas, principalmente, alguém capaz de promover uma análise diferenciada do objeto. Para isso, procuro deixar claro meu lugar de fala, ou seja, minha posição de pesquisadora-*insider*, a fim de evidenciar minha ligação com o objeto de análise, sem que isso implique em assumir uma postura paternalista ou indulgente a respeito da comunidade de fãs estudada. Desta forma, este trabalho busca confrontar não só

os discursos sobre as práticas dos fãs como o discurso de que o olhar científico é desvinculado de quaisquer afetos.

## **1.6 Organização do estudo**

O presente estudo está organizado da seguinte forma: No capítulo 2, “Histeria coletiva: caracterizando fãs e o sexo feminino”, analisa a construção do estereótipo da fã adolescente histérica através da mídia, os discursos presentes nesta representação e suas implicações na sociedade. No capítulo 3, “Caçadores Textuais: a redenção acadêmica dos fãs e novas abordagens” apresenta-se a virada teórica que trouxe novas perspectivas em relação às práticas dos fãs e possibilitou que estudos como este sejam produzidos. Propõe, ainda, novas abordagens aplicando os conceitos de escuta performática, investimento afetivo e disputa simbólica e investiga de que forma as novas mídias tem influenciado a relação fã-ídolo. No capítulo 4, “Acadêmicos, fãs e acadêmicos-fãs: tensões e negociações”, evidencia-se as contradições existentes no interior da comunidade de fãs, sua relação com o discurso acadêmico, bem como as implicações da posição de pesquisadora-*insider* no contexto dos estudos das culturas juvenis e culturas de fã.

## 2 “HISTERIA COLETIVA” - Caracterizando fãs e o sexo feminino.

Como se explica isso? É assustador saber que todas essas pessoas estão aqui só pra te ver. - Brian Littrell

Está começando a ficar assustador. Se algum de nós cair lá fora está perdido. - AJ Mclean

Eles disseram, "Vocês tem que entrar rápido [no hotel] ou serão esmagados." - Nick Carter

Não merecemos tanta adulação. A gente vê as pessoas pirando e tenta manter a calma e falar “Olá, eu sou uma pessoa normal.” - Kevin Richardson

As citações que abrem este capítulo são trechos de depoimentos dos integrantes da banda retirados de dois documentários produzidos sobre a turnê que trouxe os *Backstreet Boys* pela primeira vez ao Brasil<sup>5</sup>. Estes e outros materiais como reportagens impressas e entrevistas com fãs compõem a análise proposta ao longo deste trabalho.

O fenômeno da idolatria foi, durante muito tempo, tratado no âmbito da psicologia pelo viés da obsessão e da histeria. Além disso, devido ao seu comportamento exageradamente devotado, o fã era considerado o protótipo do consumidor passivo e influenciável da indústria do entretenimento e muito desta visão sobrevive no senso comum.

Para além da aparente obviedade, a análise das práticas desta comunidade de fãs, bem como dos discursos construídos sobre essas práticas, pode revelar dados valiosos acerca das representações da juventude e da condição feminina no contexto popular massivo.

### 2.1 “Quando crescer, isso passa” - Adolescência como construto discursivo

O discurso hegemônico acerca da adolescência tende a considerá-la um período conturbado, marcado por mudanças e incertezas. O jovem é considerado alguém que não tem controle sobre as próprias emoções, por isso seus interesses são vistos como superficiais e volúveis e suas ações exageradas. Devido a tanta instabilidade, não só o discurso do jovem não é levado muito a sério como algumas

<sup>5</sup> DVD oficial da banda: *Backstreet Boys Around the World* e especial *Diário dos Backstreet Boys*, veiculado pela MTV brasileira em dezembro de 2000. Além disso, produzi como trabalho final em uma disciplina do curso de radialismo um documentário de 22 minutos sobre o tema que se encontra nos anexos deste trabalho.

de suas práticas chegam a ser consideradas nocivas e patológicas. (FREIRE FILHO, 2006)

É importante não perder de vista que, como observa Freire Filho (2006), a adolescência é um “construto discursivo”. O discurso hegemônico tende a conectar a fase da puberdade, que se trata de um fenômeno biológico, a uma suposta fase intermediária entre a infância e a idade adulta. Ao fazer esta conexão a tendência é considerar o comportamento do jovem ou adolescente como natural, da ordem do biológico, ignorando qualquer possível reflexão quanto ao contexto sociocultural em que este jovem vive.

A comunidade de fãs analisada é um exemplo claro deste processo. Formada, majoritariamente, por mulheres que, durante o auge da banda, tinham entre 13 e 20 anos (em média), suas atividades têm sido incansavelmente categorizadas como “coisa de adolescente” pelo discurso midiático e senso-comum. Suas práticas cotidianas se parecem com as de outras comunidades de fãs como a organização de fã-clubes, coleção de materiais relacionados à banda que saem na mídia impressa e na TV, pôsteres nas paredes do quarto, etc. Porém, seus esforços para ter contato com os ídolos e seu comportamento diante deles são considerados extremos, mesmo em comparação com os fãs mais exaltados de outros gêneros. Gritos, choro e desmaios levaram a imprensa a classificar o fenômeno como *Backstreetmania* (em clara comparação à *Beatlemania* nos anos 60).

O vazio afetivo, a falta de referenciais, a necessidade de moldes comportamentais e a falta de habilidade em lidar com os estímulos sexuais trazidos pela puberdade são só algumas das tentativas de explicar tanto o comportamento dos adolescentes em geral como das fãs em particular. Daí a associação, no senso comum, entre as duas condições, a do adolescente e a do fã, como necessariamente interligadas. São comuns os relatos de pessoas que deixam de ser fãs com o tempo e atribuem isso ao fato de terem crescido, confirmando o discurso hegemônico de que “quando crescer, isso passa”. Além disso, aquelas que permanecem na dedicação ao ídolo mesmo depois de “crescidas” são consideradas *adultescentes*, ou seja, não teriam sido capazes de superar as “crises” da adolescência e, por isso, ainda precisariam daquele objeto para suprir suas carências. Uma terceira opção, aparentemente um meio termo, seria uma passagem da condição de fã para a condição de admirador, ou seja, conhecedor da obra sem tanto investimento afetivo, com o distanciamento e a sobriedade próprios do mundo

adulto. Em outras palavras, o que diferenciaria tanto o fã do admirador como o adolescente do adulto seria o controle sobre as próprias emoções.

A maturidade representa – dentro desta visão linear da idade e do desenvolvimento cognitivo, emocional e social – a resolução (no tempo e na sequência apropriada) de questões fundamentais para a formação da personalidade. (...) Trata-se, presumidamente, de um estado fixo e não problemático – uma condição de equilíbrio e completude, isenta de conflitos. (FREIRE FILHO, 2006; P.45)

É importante observar que estas ideias se refletem no comportamento e no discurso das próprias fãs, não sendo exclusivo da fala dos pais ou dos adultos e não-fãs em geral, como é possível observar no depoimento de uma das entrevistadas:

Comecei a gostar da banda ainda muito jovem, então na época eu até chorava de vê-los na televisão. Com o passar dos anos fui amadurecendo com eles e passei a admirá-los como cantores e pessoas, e não mais como um rostinho bonito apenas. (D.F., 24, Belo Horizonte/ MG).

Observamos também discurso parecido no fórum da comunidade “Backstreet Boys” na rede social Orkut<sup>6</sup>, em resposta ao tópico “Você AINDA é FÃ?”:

**Patricia:**

Eu ainda sou fã sim! Não sou mais surtada (eu era completamente louca), mas ainda sou fã.

**Carla:**

(...) Claro que depois de um tempo, a gente passa a ser uma fã, digamos, mais contida. Menos histérica. Mas acho que se eles viessem de novo ao Brasil lá estaria eu gritando e chorando, fazendo todas aquelas loucuras como anos atrás.

**Babi:**

Até quando serei fã? Até o fim haha (...) lógico que com o tempo, não creio que meu marido vá me deixar ter um quarto com pôsteres do BSB<sup>7</sup> nas paredes haha.

## 2.2 Condição feminina na cultura de massa

Alem da associação com a adolescência, o processo de naturalização (e, também, deslegitimação) do comportamento das fãs também se dá quando da sua

<sup>6</sup> <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=55539> . A comunidade conta atualmente com 53 mil membros. Acessado em 10 de julho de 2010.

<sup>7</sup> Abreviação para *Backstreet Boys* muito usada por fãs e pela banda.

associação com a condição feminina. Existem basicamente dois estereótipos na abordagem psicanalítica das atividades do fã: o indivíduo solitário e obsessivo e a massa histérica. Essas duas imagens refletem a dualidade entre masculino e feminino enraizadas na sociedade. O homem é sempre associado à racionalidade e a mulher à emoção, representando, respectivamente, um pólo positivo e outro negativo do tecido social. Além de ser considerada influenciável e exagerada, a mulher é vista como desprovida de individualidade e, por isso, teria uma tendência maior a se “dissolver” na massa, que forneceria as condições mais favoráveis para que sua voz pudesse ser ouvida (HUYSEN, 1996).

No senso comum, não só a massa seria formada majoritariamente por mulheres, como as características atribuídas a ela seriam as mesmas aplicadas às mulheres. Não só seu público mas a cultura de massa como um todo seria, portanto, essencialmente feminina, enquanto a alta cultura permanece como um terreno privilegiado das atividades masculinas (idem).

O processo de naturalização do comportamento das fãs ocorre também, e principalmente, quando do uso indiscriminado do termo “histeria” e equivalentes para designar seu comportamento diante dos ídolos. Desta forma, assume-se que este tipo de comportamento seria exclusivamente feminino, já que o termo vem do grego *hysterikos*, que se referia a uma suposta condição médica peculiar a mulheres, causada por perturbações no útero. Ou seja, de acordo com este raciocínio, este tipo de reação seria própria da natureza feminina, da ordem do biológico.

Para Andrews e Talbot “o termo histeria em si mesmo tornou-se uma metáfora para qualquer coisa considerada difícil de lidar no sexo feminino.” (1991, p. 256, tradução nossa) <sup>8</sup> Ao investigar a repercussão midiática do comportamento das fãs de luta livre nos Estados Unidos, Chad Dell aponta que as tentativas de controlar o corpo dos indivíduos (especialmente das mulheres) tem sido uma prática frequente na história humana.

Como Foucault aponta, a “descoberta” da doença específica do sexo feminino “histeria” é apenas um exemplo particularmente relevante de tentativas de fazer valer o poder sobre o corpo feminino. O mesmo tipo de esforço foi feito na década de 1940 e 1950 para controlar os corpos “livres” das fãs de Sinatra e Elvis. A expressão pública do desejo sexual feminino ia

---

<sup>8</sup> “The term hysteria in itself has become a metaphor for anything considered unmanageable in the female sex.” (ANDREWS & TALBOT, 1991, p. 256)

de encontro à imagem da mulher doméstica(da), tão predominante na época.<sup>9</sup> (DELL, 1998, p. 101, tradução nossa)

Isso aponta para o fato de que não se trata da simples aplicação de um conceito da psicanálise e sim de sua apropriação em favor de um discurso de poder. Dell chama atenção, ainda, para o fato de que expressões públicas de desejo sexual feminino aconteceram (e continuam a acontecer) em diferentes momentos da história e, da mesma forma, foram repudiados e combatidos:

Cada fenômeno geracional chamou a atenção de segmentos específicos da sociedade, que reagiram forte e punitivamente a cada uma das expressões de desejo feminino – desejo feminino *jovem* – e jovens corpos femininos aparentemente fora de controle – certamente fora do controle *deles*.<sup>10</sup> (idem, p.100, tradução nossa.)

Desta forma, a ideia senso-comum da histeria das fãs adolescentes incorpora uma série de mecanismos de controle social, reproduzidos indiscriminadamente pelo discurso da imprensa. Enquanto instituição social inserida em um contexto sociocultural, a imprensa cria significados e reforça instituições e normas sociais. (idem) A seguir analisaremos exemplos do tratamento dado pela imprensa ao comportamento das fãs adolescentes tomando como parâmetro a comunidade de fãs do grupo *Backstreet Boys*, objeto deste estudo.

### 2.3 20 de novembro de 2000: a primeira visita dos Backstreet Boys ao Brasil

Os *Backstreet Boys* surgiram em meados da década de 1990 na esteira do sucesso de grupos como *New Kids on the Block*, *Menudo*, entre outros. São mais frequentemente lembrados pela temática romântica de suas músicas, utilização de coreografias nos shows e algumas performances *a capella*. A banda sempre fez questão de se posicionar como um “grupo vocal”, rejeitando o termo *Boy Band*, já que este é comumente aplicado pela crítica para designar grupos de garotos com boa aparência e pouca ou nenhuma capacidade artística. Este posicionamento tem

<sup>9</sup> “As Foucault points out, the ‘discovery’ of the specifically female disease ‘hysteria’ is but one particularly relevant example of attempts to assert power over the female body. Much the same sort of effort was made in the 1940’s and 1950’s to control the ‘loose’ bodies of the female fans of Sinatra and Elvis. The public expression of female sexual desire ran counter to the image of the domestic(ated) woman so prevalent at the time.” (DELL, 1998, p. 101)

<sup>10</sup> “Each generational phenomenon was of concern to certain vocal members of society, who reacted strongly and punitively to such public expressions of female desire – *young* female desire – and thus young female bodies seemingly ‘out of control’ – certainly out of *their* control.” (DELL, 1998, p. 100)



claramente o objetivo de marcar sua distinção em relação a grupos similares que surgiram depois como *N'Sync*, *Five*, *Westlife*, entre muitos outros, e até mesmo seus predecessores do *New Kids on the Block*. Como afirmou Kevin Richardson, que integrava o grupo na época: “Os *New Kids on the Block* tiveram tanto sucesso quanto nós, mas somos cantores, eles eram animadores de plateia” (MOTTA, Flavia, 2000, p. 3).

Lançaram 7 álbuns entre os anos de 1996 e 2009, além de uma coletânea. Tiveram seu auge aproximadamente entre os anos de 1997 e 2001, tendo passado por um hiato entre os anos de 2001 e 2005 em que alguns integrantes seguiram carreiras solo e um deles iniciou um tratamento contra a dependência de drogas e álcool. Esta pausa foi suficiente para afasta-los da grande mídia e o álbum *Never Gone*, de 2005, teve pouca repercussão. Após a saída de um dos integrantes, Kevin Richardson, o grupo lançou os álbuns *Unbreakable* em 2007 e *This Is Us* no final de 2009 e têm recuperado alguma visibilidade. Suas músicas parecem atingir mais o público adolescente, ou seja, entre 13 e 21 anos em média, e mesmo que a primeira geração de fãs já tenha crescido eles ainda atraem esta parcela de público hoje em dia.

No Brasil, o fenômeno tomou forma quando o grupo fez duas visitas ao país, em novembro de 2000 (para uma visita rápida) e em maio de 2001 (para shows no Maracanã, no Rio de Janeiro, e Anhembi, em São Paulo).<sup>11</sup> Na ocasião dos shows milhares de fãs montaram acampamentos com até um mês de antecedência em frente aos locais das apresentações, na disputa por um lugar nas primeiras fileiras (PORTO, 2001; MONTEIRO & AULER, 2001).<sup>12</sup>

Este capítulo se limitará a analisar a repercussão midiática da primeira visita do grupo, no ano anterior, durante a intitulada “Turnê das 100 horas” (viagem ao redor do mundo para a promoção do álbum *Black & Blue*, em que o grupo visitou as cidades de Estocolmo, Tóquio, Sidney, Cidade do Cabo, Rio de Janeiro e Nova

<sup>11</sup> Howie Dorough esteve sozinho no Brasil em 1998 para compromissos de divulgação do álbum Backstreet's Back. Na ocasião o grupo havia interrompido a turnê devido a uma cirurgia cardíaca de Brian Littrell. Howie passou alguns dias em São Paulo dando entrevistas e teve a van em que estava cercada por fãs que, por pouco, não a derrubaram. O acontecido foi considerado pelo próprio cantor, no DVD *Around The World*, uma prévia do que aconteceria em 2000 no Rio de Janeiro.

<sup>12</sup> Nesta ocasião as fãs receberam atenção especial da imprensa, principalmente quando o citado acampamento se tornou um problema de ordem legal. Reportagens da época (algumas presentes nos anexos deste trabalho) relatam que o juizado de menores retirou vários adolescentes do acampamento montado na calçada do estádio do Maracanã e os proibiu de dormir na fila. Os menores foram retirados do acampamento por agentes, levados a abrigos e seus pais foram responsabilizados baseado no fato de que os adolescentes estavam perdendo aulas, se alimentando mal e se expondo a riscos (MONTEIRO & AULER, 2001).

lorque, detendo-se apenas algumas horas em cada uma). A turnê passou pelo Brasil no dia 20 de novembro de 2000, onde algumas centenas de fãs já os aguardavam no aeroporto internacional Tom Jobim, no Rio. De lá, o grupo partiu em um ônibus em direção ao hotel Meridién, em Copacabana, onde milhares de pessoas esperavam desde muito cedo.<sup>13</sup> Muitas fãs seguiram o veículo em carros, motos, vans e táxis. Na chegada ao hotel, a multidão que os aguardava cercou o ônibus da banda, causando um tumulto e dificultando a sua entrada. Segundo o Jornal do Brasil, todo o contingente de policiais da orla, cerca de 100 homens, precisou ser deslocado para o local e o trânsito no entorno teve de ser fechado, dificultando a locomoção no bairro (PINHEIRO, 2000).

O grupo concedeu uma entrevista coletiva e uma apresentação *a capella* de 15 minutos na sacada do hotel. Duas coisas chamam atenção neste evento: a quantidade de pessoas presentes para uma apresentação tão rápida e a repercussão ambígua, majoritariamente negativa, do fato, tanto na imprensa quanto nos dois documentários produzidos sobre a turnê.

O tumulto causado pelas fãs do *Backstreet Boys* naquele 20 de novembro de 2000 teve grande repercussão, tendo sido noticiado em todos os jornais de grande circulação da cidade do Rio de Janeiro e na Folha *Online* (São Paulo). A capa do Caderno D do jornal O Dia trazia uma foto geral da multidão (que ocupava um terço da página) e a manchete: “histeria coletiva”. Uma das notas publicadas na Folha Online, por sua vez, dizia:

Ficaram histéricas.(...)Várias fãs se atiraram no chão diante do ônibus que levava o grupo.(...) “É uma loucura. É como se quem estivesse aqui fosse o presidente ou o Michael Jackson, não os Backstreet Boys” disse um dos integrantes da banda, Howie Dorough, depois de ver as fãs se aglomerando na rua. Já Brian Littrell disse: “Foi assustador. Fiquei com medo de alguma daquelas fãs se machucar seriamente” (FÃS, 2000)

Nestas reportagens, as fãs sempre são lembradas por seu descontrole e incapacidade de medir as consequências dos próprios atos, constantemente demandando cuidados. “Elas dão uns gritinhos, se cansam, desmaiam e nós atendemos” diz um bombeiro ao Jornal do Brasil (PINHEIRO, 2000). Os próprios integrantes da banda demonstraram preocupação com a integridade física das fãs.

<sup>13</sup> Os dados são incertos mas giram em torno de 10 e 20 mil durante o dia e 30 a 40 mil à noite, durante a apresentação do grupo, segundo dados da CET-RIO e da Polícia Militar publicados nos periódicos consultados.

“Esta é a melhor recepção que já tive na vida. Só não quero que ninguém se machuque. Fora isso, podem gritar.” diz A.J. Mclean para a câmera.

Embora os gritos, muitas vezes, sejam considerados algo sem muita importância (o que se verifica pelas falas citadas acima) a multidão descontrolada também é considerada perigosa, imprevisível e incontrolável, como podemos observar numa fala de A.J. Mclean, captada pelas câmeras da MTV: “Não me importa a quantidade de seguranças. Dez mil garotas vão pisoteá-los, não importa o tamanho.” É possível observar que a inter-relação entre a representação midiática do fã, do adolescente e da mulher se dá através de uma ideia de descontrole sobre os próprios sentimentos que resultaria em atitudes extremas.

Tal como uma mulher, a multidão vai em um segundo a extremos... Um começo de antipatia e desaprovação, que no caso de um indivíduo isolado não ganharia força, se torna num instante um ódio furioso, no caso de um indivíduo na multidão. (LE BON, 1981, P.50 apud HUYSEN, ano, p.52)

Como observamos em relação ao fenômeno da *Beatlemania*, a abordagem da mídia tende a ser exagerada em certa medida, daí a divergência no que diz respeito ao número de pessoas presentes entre as diversas fontes consultadas, por exemplo. Sobre a cobertura da imprensa acerca da *beatlemania*:

Se havia de fato uma multidão ou simplesmente uma desordem envolvendo não mais que oito garotas não ficou claro, mas os rumores pareciam apontar para o caos. (...) Na véspera da primeira turnê americana do grupo, a revista Life publicou: “um Beatle que se aventure a sair desprotegido pelas ruas corre o sério risco de ser desmembrado ou esmagado até a morte por suas fãs”.(EHRENREICH, HESS and JACOBS in: LEWIS, 2001, p. 85-86, tradução nossa)<sup>14</sup>

A utilização de expressões como “desmembrado” e “esmagado até a morte” denota claramente uma ideia de pânico frente a multidão, o que se verifica também no título da nota publicada pelo jornal O Globo no dia seguinte a visita do grupo: “Histeria no cerco aos *Backstreet Boys*” (SANTOS, 2000). A palavra escolhida para adjetivar a recepção das fãs ao grupo (“cerco”) também traz a ideia do pânico e de uma situação limite.

Como vimos até aqui, através dos vários discursos citados, as fãs destes grupos sofreriam uma tripla desvalorização de sua condição, já que ocupam

<sup>14</sup> “Whether there was in fact a mob or merely a scuffle involving no more than eight girls is not clear, but the report acted as a call to mayhen. (...) On the eve of the groups’ first US tour, Life reported, “a beatle who ventures out unguarded” (EHRENREICH, HESS and JACOBS in: LEWIS, 2001, p. 85-86)

simultaneamente a posição de “outro” patológico da abordagem psicanalítica dos fãs, “outro” do discurso acerca da adolescência e do que seria considerado o adolescente ideal, e o “outro do modernismo” (HUYSEN), ou seja, a visão senso comum sobre a mulher.<sup>15</sup>

Desta forma o discurso hegemônico acerca da condição de fã e, principalmente, no caso da comunidade de fãs analisada, tende a associar estereótipos relacionados a condição da mulher e do adolescente na cultura de massa. Suas práticas são consideradas superficiais, volúveis e sobretudo patológicas, ou simplesmente um comportamento natural, quase da ordem do biológico, esvaziado de significado.

---

<sup>15</sup> Ao longo deste trabalho eu me refiro a estas fãs sempre no feminino por se tratar de uma comunidade de fãs majoritariamente feminina, tanto em relação a maioria de seus membros como nas representações de suas práticas. Me concentrei em questões acerca do sexo feminino e do papel da mulher na sociedade e, por uma questão de recorte, algumas questões interessantes ficaram de fora. É o caso do papel desempenhado pelos fãs-homens na comunidade de fãs do grupo *Backstreet Boys*. Eles estão em desvantagem em termos numéricos e mais ainda em termos de atenção da imprensa, com exceção, talvez, de quando se vestem e dançam como os integrantes dos *Backstreet Boys*. É comum encontrar garotos que participam de grupos *cover*, ou seja, sócias que imitam as coreografias, as roupas e dublam as músicas do grupo. Entre os poucos rapazes que responderam ao questionário distribuído online (apenas quatro, de um universo de cinquenta respostas) a maioria aponta – na verdade alguns fazem questão de frisar – a música como principal elemento que os fez se tornar fã do grupo (em específico alguns citam “as vozes” ou “a harmonia vocal do grupo” mais do que propriamente o estilo das músicas), acompanhado de aspectos como a dança e o carisma em menor proporção. Como afirma um dos entrevistados (M.D. 22 anos, Santo André/SP): “Existe muito preconceito... principalmente com os fãs de pop em geral, não só de BSB... Muitos acham que é “coisa de menina”, e nós garotos sofremos muito com isso! Também temos o direito de gostar do trabalho dos caras!” (grifo do entrevistado). Infelizmente o material coletado é muito escasso, visto que os fãs-homens participam com menor frequência da comunidade online e muitos se mostram reticentes ao responder perguntas via comunicador instantâneo ou e-mail. De qualquer forma, acredito que este possa ser um objeto interessante para análises futuras.

### **3 CAÇADORES TEXTUAIS – A REDENÇÃO ACADÊMICA DOS FÃS E NOVAS ABORDAGENS**

Como vimos no capítulo anterior, as práticas dos fãs foram, durante muito tempo, deslegitimadas, seja por sua associação à cultura da mídia, tida por muitos como algo alienante e em constante oposição à cultura erudita, seja pelo caráter considerado exagerado e inócuo destas práticas. À medida em que os Estudos Culturais se voltam para o processo de recepção, crescem os esforços no sentido de compreender como a audiência se relaciona com a mídia de massa e a transforma em recursos utilizados em sua vida diária (JENKINS, 1992).

Este trabalho tem como foco a construção de sentido no interior de uma comunidade de fãs. Tal abordagem procura seguir o caminho percorrido pelos Estudos Culturais e, notadamente, o trabalho de Henry Jenkins em *Textual Poachers* (1992). Após uma breve contextualização e análise dos primeiros discursos sobre fãs dentro do Estudos Culturais, este capítulo apresenta um modelo de análise das práticas desta comunidade de fãs que procure pensar seu comportamento diante dos ídolos pelo viés dos conceitos de investimento afetivo (GROSSBERG, 2001) e de disputa simbólica (BOURDIEU, 1983), aliados à noção de escuta performática (FRITH, 1996). Com base nisso partiremos para uma análise da relação fã-ídolo no contexto atual e a influência das mídias sociais na dinâmica desta comunidade.

#### **3.1 Os Estudos Culturais**

Em um momento no qual objetos da cultura da mídia se fazem cada vez mais presentes na vida cotidiana e temos uma geração inteira que já nasceu imersa em um mundo repleto de “estímulos” midiáticos, se faz cada vez mais necessário aprofundar questões sobre a produção e a recepção de tais artefatos. Porém, apenas em meados da década de 70, quando os Estudos Culturais se consolidam na Inglaterra, é que o processo comunicacional começa a ser pensado como um circuito contínuo – e não mais linear, ou seja, emissor-mensagem-receptor – reconhecendo a existência de uma conexão entre a codificação da mensagem e sua recepção (MONTEIRO, 2007, p.31). A vertente norte-americana destes estudos

começa a considerar a recepção um momento determinante e o receptor como co-produtor de sentido. Além disso a cultura de massa passa a ser vista não apenas como instrumento de dominação mas como possível *locus* de resistência.

Também partimos do pressuposto de que os textos da cultura da mídia não são simples veículos de uma ideologia dominante nem entretenimento puro e inocente. Ao contrário, são produções complexas que incorporam discursos sociais e políticos cuja análise e interpretação exigem métodos de leitura e crítica capazes de articular sua inserção na economia política, nas relações sociais e no meio político em que são criados, veiculados e recebidos. (KELLNER, 2001, p. 13)

O consumo, antes associado a gastos inúteis, passa a ser visto como etapa fundamental no processo de socialização e formação identitária dos indivíduos. Em um contexto de valorização das práticas cotidianas, tomando como base a obra *A Invenção do Cotidiano*, do francês Michel deCerteau (1994), a imagem dominante do espectador passivo começa a ser questionada. Só então a questão do fã passa a se tornar relevante. Práticas cotidianas dos fãs, que vão desde a organização de fã-clubes, produção de *fan fictions* e *fan films* até a decoração das paredes dos quartos das fãs adolescentes com pôsteres de seus ídolos passam a ser exaltadas como a prova cabal da existência do consumidor ativo.

Outrora um emblema gritante de problemáticos legados da modernidade, o fã ressurgiu, na ribalta acadêmica, como um consumidor astuto, capaz de processar criativamente os sentidos de produtos de circulação massiva, elaborando, a partir deles, um conjunto variado de práticas, identidade e novos artefatos.” (FREIRE FILHO, 2007, P. 82)

Autores como John Fiske (2001) consideram que toda a audiência se envolve em alguma forma de produção de sentido mas os fãs, frequentemente, transformam este sentido em textos que circulam e ajudam a definir a comunidade. Na esteira da análise de Fiske, Jenkins considera, ainda, a condição de fã uma modalidade muito particular de recepção, devido à natureza social de suas atividades. (JENKINS, 2001)

A produção de novos textos a partir dos artefatos da cultura da mídia por parte dos fãs corresponderia àquilo que Bourdieu classificou como “prática cultural proletária”, ou seja, uma atividade típica dos grupos subordinados (FREIRE FILHO, 2007). Sendo adolescentes e mulheres alguns dos representantes destes grupos subordinados, já que não detêm os mecanismos de representação e produção

cultural, não é de se espantar que sejam eles os responsáveis pelos exemplos mais evidentes da produtividade dos fãs (idem).

Diferentemente de algumas abordagens, que pensam o fã produtivo somente como aquele que cria novos textos a partir dos textos originais, penso que a atividade do fã em si já contém um caráter participativo. Em um contexto popular massivo, pensar o receptor se torna essencial para compreender os artefatos midiáticos de maneira mais ampla, visto que a construção de sentido se dá na esfera do social, ou seja, das negociações existentes entre produtores e consumidores. É justamente dessas negociações que se trata este capítulo.

### 3.2 “As melhores fãs do mundo” - Elas são parte do show (e sabem disso)

Nossos fãs são como o serviço secreto: eles sabem pra onde vamos antes de nós sabermos, estão sempre a nossa espera, sabem o número do voo mesmo sendo privado, sabem como entrar no aeroporto, por qual portão vamos desembarcar e nos encontram na alfândega pra conseguir um autógrafo. (Brian Littrell - Diário dos *Backstreet Boys*, MTV, 2000)

A importância das fãs na manutenção do grupo é enfatizada e repetida sempre que há oportunidade, pela banda e pelas próprias fãs. *Never Gone*, álbum de 2005, marcou a volta do grupo. Nos agradecimentos contidos no encarte do CD, Nick Carter afirma:

A questão é: porque estamos de volta? Bem, é por causa de vocês! (...) Por você, o pai de um recém-nascido que me parou no posto de gasolina e me perguntou quando estaríamos de volta. Você, o estudante que me disse que nossa música o ajudou a superar a morte de sua avó. E você, o fã *hardcore* que simplesmente não conseguia esperar e enchia o *Live Daily* de posts!<sup>16</sup> (CARTER, 2005, tradução nossa)

Interessante notar nas palavras de Nick sua classificação de fã *hardcore*, aquela que simplesmente não consegue esperar, e a citação do site *Live Daily*, portal que contém comunidades online em forma de fóruns de discussão dedicadas a vários artistas.<sup>17</sup>

<sup>16</sup> “The question is: why are we back? Well, it's because of you! (...) It was you, the father of a new child that stopped me at the gas station and asked me when we were going back. It was you, the young student who told me our music helped you get through your grandmother's death. And you, the hardcore fan who just couldn't wait, so you jammed the Live Daily site with posts!” (CARTER, 2005)

<sup>17</sup> O fórum dedicado aos *Backstreet Boys* no *Live Daily* foi, durante muito tempo, a comunidade online do grupo mais movimentada em nível internacional, superando inclusive o fórum do fã-clube oficial, hospedado no site do grupo. Isso se deve, em parte, ao fato de não ter um controle rígido (embora fosse moderado, mas

Sobre o momento que a banda estava passando comercialmente, bem como a música massiva como um todo (queda nas vendas, supostamente ocasionada por pirataria, downloads ilegais e até saturação do mercado), mais uma vez Nick sentencia, agora nos agradecimentos do álbum *Unbreakable*, de 2007: “Se você comprou este álbum então você é verdadeiramente um fã.(...) Obrigado por ser um BSB fã. No momento atual da música significa muito mais ser um BSB fã.” (CARTER, 2007, tradução nossa)<sup>18</sup>

A banda parece fazer questão de deixar claro seu reconhecimento pelo esforço das fãs, como exemplifica uma matéria do portal G1 sobre a última visita do grupo ao Brasil, em março de 2009:

Entre beijos e “tchauzinhos”, para (mais) delírio dos fãs, o grupo manteve a comunicação durante todo o show. “É por causa de vocês que estamos juntos por quase 16 anos. Sentiram a nossa falta? Estamos em estúdio gravando um novo álbum, o que significa que faremos uma nova turnê e voltaremos para São Paulo”, prometeram, aparecendo para o bis vestidos com camisas da seleção brasileira de futebol e uma faixa que dizia “Nossos esforços valerem a pena” (NOGUEIRA, 2009).

Um detalhe: tanto as camisetas da seleção (que, por sinal, traziam o nome dos cantores nas costas) quanto a faixa foram presentes de fãs. Particularmente a faixa dizia respeito aos esforços das fãs brasileiras em trazer a turnê *Unbreakable* ao país. Durante meses foram feitas campanhas, petições online e encontros simultâneos com fãs de outros países da América do Sul a fim de demonstrar a união e a quantidade de fãs existentes no continente. Boa parte das fãs entrevistadas acredita que foram estas ações que trouxeram a banda de volta após oito anos.

---

por usuários comuns e não por pessoas ligadas à banda) e também pela entrada no fã-clube oficial se dar mediante pagamento (39 dólares anuais através de cartão de crédito internacional). Os próprios membros da banda são usuários do fórum oficial (apesar de aparecerem muito raramente), além de sua equipe (esses sim, bastante presentes), logo, o que é dito ali pode ser visto pela banda. O que poderia incitar maior participação das fãs (maior quantidade de declarações de amor, por exemplo, na esperança de que o gesto seja visto pelos integrantes da banda) não se verifica. Por outro lado, grande parte das mensagens postadas no *Live Daily* contém críticas em relação a decisões artísticas e pessoais da banda, comentários mais sexualizados e uma enorme quantidade de brigas entre fãs, quase sempre devido a divergências de opinião. Nick é conhecido como o integrante do grupo mais ligado à tecnologia, jogos eletrônicos e internet – chegando a se autointitular um *nerd* - e afirmou mais de uma vez acompanhar algumas das discussões no *Live Daily*. O portal, anteriormente hospedado em [www.livedaily.com](http://www.livedaily.com), foi fechado no último dia 21 de maio após 12 anos de atividade. Foi aberto um novo fórum com o nome de *After LD* (abreviação de Live Daily muito usada pelos usuários) em [www.afterld.com](http://www.afterld.com).

<sup>18</sup> “If you bought this record then you are trully a fan. (...) Thank you for being a BSB fan. In this time and place for music, it means so much more to be a BSB fan.” (CARTER, 2007)



Mas antes mesmo de perder parte do espaço que tinha no *showbizz*, ainda durante seu auge, os *Backstreet Boys* já celebravam suas fãs. Em 1999 eles lançaram a música *Larger Than Life* (“Maior que a vida”), do álbum *Millennium*. A letra é uma homenagem às fãs e nela os rapazes se desculparam por “correr e me esconder quando você grita o meu nome”, e afirmam que gostariam de “poder agradecer de outra maneira. Porque todo o tempo que vocês gastam nos mantém vivos”. Culminando no refrão: “Todos vocês, pessoal, vocês não vêem / Como seu amor afeta a nossa realidade / Sempre que estamos na pior / Vocês nos deixam melhor / E é por isso que vocês são maiores que a vida”<sup>19</sup> (LITTRELL; MARTIN; LUNDIN, 1999. Tradução nossa).

No mesmo álbum, *Millennium*, agora na música *I Want It That Way*, o grupo resolveu homenagear as fãs, desta vez em um videoclipe. No vídeo eles aparecem em um aeroporto, cantando e fazendo suas coreografias no saguão e na pista próximo a um avião com o nome do grupo na fuselagem. Na parte final do vídeo (a partir do minuto 2:30 aproximadamente) eles aparecem rodeados por fãs (Fig.1). Elas seguram cartazes, flores, presentes, pôsteres e fotos, algumas vestem camisetas do grupo, tem o rosto pintado, choram, gritam, chamam seus nomes, acenam, dizem “eu te amo”, esticam os braços para toca-los (em um take algumas aparecem abraçando Nick, em outro Kevin se diverte segurando suas mãos), tudo muito bem ensaiado e sob controle (não há empurra-empurra e nenhuma fã ultrapassa o limite de espaço que lhes é reservado, apesar de não haver seguranças). Só vemos fãs do sexo feminino e todas aparentando ter entre 14 e 20 anos de idade.<sup>20</sup> Estas observações nos levam diretamente à questão da participação das fãs na performance do grupo (que não só é percebida e admirada pela banda como é altamente desejável, esperada e encorajada) e, principalmente, a performance executada pelas próprias fãs. Esta performance segue uma espécie de roteiro. Seu comportamento diante dos ídolos obedece à códigos estabelecidos e reproduzidos dentro da comunidade, mas que também são percebidos e reproduzidos fora dela. Algumas destas manifestações são encorajadas e outras

<sup>19</sup> “All you people / can't you see, can't you see / how your love's affecting our reality / Everytime we're down you can make it right / and that makes you larger than life” (LITTRELL; MARTIN; LUNDIN, 1999). A letra completa em inglês se encontra nos anexos deste trabalho.

<sup>20</sup> O vídeo completo pode ser acessado em <http://www.youtube.com/watch?v=5DwkMDMUgg8>. Outros videoclipes dos *Backstreet Boys* podem ser vistos no canal oficial do grupo no Youtube, <http://www.youtube.com/bsbvideovault>

não: como as demonstrações de afeto sem passar dos limites que vemos representadas no videoclipe.<sup>21</sup>



Figura 1: Cenas do videoclipe I Want It That Way.

### 3.2.1 “Now throw your hands up in the air” - Não basta ser fã, tem que participar

O DVD oficial da banda, “*Backstreet Boys Around The World*” e o especial da MTV “Diário dos *Backstreet Boys*” relatam os acontecimentos da turnê das 100 horas sob o ponto de vista do grupo. Além de cinegrafistas acompanhando cada passo da turnê (dentro do avião particular, do ônibus, nos bastidores) os documentários também contam com imagens das câmeras portáteis dos próprios integrantes e entrevistas com os mesmos. Nos momentos que se passam no Rio de Janeiro, podemos observar os acontecimentos de dentro do ônibus do grupo. Vemos as fãs correndo, batendo nos vidros, subindo no capô de carros para vê-los, o trabalho do policiamento para contê-las e, principalmente a reação da banda diante daquela situação inesperada. “Não me importa o número de seguranças. Dez mil garotas vão pisoteá-los, não importa o tamanho” diz A.J. Mclean. Porém, após conseguirem entrar no hotel, Kevin Richardson exclama “Elas nos amam muito”.

<sup>21</sup> Interessante fazer um paralelo, novamente, com os *Beatles*. O filme *A Hard Day's Night* (no Brasil, *Os Reis do Iê Iê Iê*) de 1964 mostra um dia na vida da banda. Entre compromissos como apresentações de TV e reuniões o grupo se especializa em *correr e se esconder* de suas fãs, elaborando disfarces e truques para despista-las. Em muitos momentos os quatro músicos simplesmente correm da multidão de fãs logo atrás deles. Não raro vemos uma fã tropeçar e cair enquanto as outras continuam correndo sem se importar. Este tipo de situação está presente desde a primeira até a última sequência do filme e os integrantes da banda demonstram se divertir bastante em todas as ocasiões.

Estas duas declarações antagônicas refletem a ambigüidade com que o fenômeno é percebido, inclusive pela mídia. A Folha Online, no dia seguinte ao evento, ao falar da chegada da banda U2 ao Rio de Janeiro, comparou as duas recepções. “Chegada do U2 ao Rio de Janeiro é vista com pouco furor” dizia o título. “Ao contrário dos *Backstreet Boys*, que fizeram uma visita-relâmpago ao Rio de Janeiro e alvoroçaram a cidade, a banda irlandesa de rock U2 chegou ao Aeroporto Internacional por volta de 8h, onde poucos fãs os aguardavam” (CHEGADA, 2000). Nota-se que a recepção ao BSB no dia anterior foi considerada um indicador positivo do sucesso da banda. Isso nos leva diretamente a uma visão que inclui a platéia na construção de sentido, ou seja, como “parte do show”. “Fãs são muito participativos. Torcidas de futebol vestindo as cores de seu time e públicos de rock se vestindo e se comportando como as bandas se tornam parte da performance.” <sup>22</sup> (FISKE, 2001, p40, tradução nossa)

Chad Dell se utiliza do trabalho de Pierre Bourdieu na área da economia das trocas simbólicas e distinção sociocultural para abordar a questão da participação das fãs do sexo feminino nos eventos de luta livre norte-americana e a representação midiática de seu comportamento. Segundo ele, a classe dominante age de maneira a naturalizar a distinção sociocultural que se dá através do gosto. “Entre as oposições distintivas frequentemente levantadas para diferenciar a classe dominante da classe dominada estão o as noções de ‘forma’ sobre ‘função’ e ‘distância’ sobre ‘participação’”<sup>23</sup>(DELL,1998, tradução nossa). Desta forma a diferença mais radical entre entretenimentos ditos populares e entretenimento burguês (mais precisamente a cultura erudita) está na participação da plateia. No primeiro manifestações como vaias e assobios são constantes e no segundo a relação entre artista e público é “distante, altamente ritualizada, com o aplauso obrigatório.” (BOURDIEU, 1984, pp. 487-488 apud DELL 1998 p.91).

As formas de apreciação cultural da classe dominante exigiriam uma relação distanciada entre audiência e artistas para que a forma pudesse ser apreciada de maneira crítica. Em contrapartida o gosto da classe trabalhadora tenderia ao

<sup>22</sup> “Fan productivity is not limited to the production of new texts: it also participates in the construction of the original text and thus turns the commercial narrative or performance into popular culture. Fans are very participatory. Sports crowds wearing their teams’ colors or rock audiences dressing and behaving like the bands become part of the performance.” (FISKE, 2001, p40)

<sup>23</sup> “Among the distinctive oppositions frequently raised as differentiating the dominant from dominated class are the notions of “form” over “function” and “distance” over “participation”. (DELL,1998)

participativo como shows de rock, eventos esportivos e luta livre que convidam ao envolvimento e participação vocal e , principalmente, corporal.

Desta forma, produtos culturais com alto grau de participação seriam próprios da cultura de massa, que é deslegitimada em relação à cultura erudita. Logo, tais formas de participação são deslegitimadas por tabela. Como as atividades do fã são, em sua maioria, participativas, seu comportamento será considerado inapropriado em relação aos códigos da cultura hegemônica, principalmente se esta participação se dá de maneira corporal.

### 3.2.2 “*Who do you love?*”: A expressão dos sentimentos como linguagem.

As atividades do fã são produtivas na medida em que sua participação é capaz de construir e alterar o sentido do texto original e, assim, transformar a narrativa comercial em cultura popular<sup>24</sup> (FISKE, 2001). Esta participação muitas vezes se dá de maneira explícita, corporal, e obedece a códigos estabelecidos no interior da comunidade. Desta forma, não só o artista executa performances no palco como o público, ao ouvir a música e, conseqüentemente, a performance do artista, executaria, ele mesmo, uma performance (FRITH, 1996). O conceito de escuta performática de Simon Frith sugere que o corpo do artista, totalmente presente na apresentação ao vivo e tecnicamente ausente na canção gravada, deixaria certos “rastros” na música. “Cada vez que a canção é escutada, a performance se faz presente. Se o suporte midiático apaga as referências espaciais da voz viva, o ouvinte as cria a partir da gestualidade presente no som” (DANTAS, 2006, p.61).

Através da voz, do timbre, do modo como as palavras são ditas, entre outros elementos, o ouvinte seria capaz de recriar a performance. Os processos modernos de captação de som e a manipulação (sem conotação pejorativa) da música gravada em estúdio seriam capazes de criar performances ideais, ajustes no tom dos instrumentos e da voz, entre outros recursos. Porém, para esta performance tomar forma é necessário um interlocutor capaz de interpretar tais códigos. Não podemos esquecer que os mesmos variam de acordo com a gramática de cada gênero musical e são eles que determinam os padrões de comportamento de cada grupo

<sup>24</sup> Aqui, Fiske se refere a uma noção de cultura popular diferente da nossa. Se trata do popular no sentido de *pop* e não a idéia de popular como folk, ou seja, do povo.

(JANOTTI JR & CARDOSO FILHO, 2006). Em outras palavras, o comportamento das fãs seria excessivo apenas se comparado com outras comunidades de fãs, mas no interior da mesma transpareceriam seu código comum e, em certa medida, um elemento de identificação (e disputa) entre seus membros.

Deve-se considerar também que se, por um lado, os excessos das fãs podem ser tratados pejorativamente, por outro eles são indicativos da importância daquele artista ou obra para aquelas pessoas. Independente do que pode mover cada uma das fãs (as músicas da banda, sua capacidade vocal ou, simplesmente, o apelo visual e sexual de seus integrantes) o investimento afetivo só se justifica mediante o reconhecimento de que aquele artefato é digno de receber este afeto. O excesso é parte do processo de legitimação deste produto (GROSSBERG, 2001). Desta forma, a fã julga necessário manifestar seu afeto através, por exemplo, dos gritos, pois seria a única forma de fazer jus à importância do ídolo e ,ao mesmo tempo, afirmar sua condição de fã, não só diante do ídolo mas dos outros membros da comunidade.

A disputa simbólica se dá neste contexto, onde o esforço para chegar perto do ídolo se mostra, em certa medida, um fator de distinção entre fãs “verdadeiras” e aquelas que “só estão seguindo a moda”. Nos depoimentos dados pelas fãs à imprensa, são muito comuns declarações do tipo “eu faria qualquer coisa por eles” ou “esperaria por eles o tempo que fosse necessário”, mas devemos observar que não só a imprensa valoriza e seleciona os depoimentos mais exagerados como ,entre as próprias fãs, aquela que chegou mais cedo, que veio da cidade mais distante, que enfrentou maiores dificuldades (como a proibição dos pais ou a escassez de recursos), se sacrificou mais (enfrentando o tumulto e o forte calor imprensada na grade) e fez as maiores loucuras para vê-los (como subir na traseira do ônibus) será vista com maior respeito pelas outras.

É importante observar, também, que as declarações das fãs dadas a imprensa são condicionadas por uma série de fatores como a posição que o repórter ocupa e as condições em que a abordagem é feita. Nas imagens veiculadas pela MTV, vemos uma fã que, ao chegar perto da banda, irrompe em lágrimas e berros e precisa ser retirada pelos seguranças. Em seguida um dos integrantes da banda diz para a câmera “esta é uma fã de verdade!”. Logo, a reação exacerbada é reconhecida como fator indicativo do investimento afetivo e, conseqüentemente, se torna um elemento de disputa simbólica já que, ao assistirem ao depoimento do cantor, muitas fãs podem se sentir impelidas a fazer o mesmo, a fim de obter o

mesmo reconhecimento. Desta forma, algumas fãs podem ser levadas a exagerar ou evidenciar certos aspectos, acreditando que esta exposição pode lhe proporcionar algum contato com o ídolo, estando muitas vezes alheia ao fato de que isso lhe trará capital social no interior da comunidade.

Assim, as reações das fãs se configuram como performances em si, valendo-se muitas vezes do aparato midiático e executando, diante de câmeras e repórteres, exatamente o esperado por eles e incorporando, assim, o discurso senso comum da histeria das fãs adolescentes. Tendo consciência disso ou não, é fato que os esforços, e (muitas vezes) sacrifícios, das fãs para serem notadas no meio da multidão têm a dupla função de permitir que a fã se destaque da massa e ao mesmo tempo se insira na mesma, já que utilizam sempre códigos comuns à maioria dos membros daquela comunidade.

### 3.3. ***“Just to be close to you”***: Fãs, ídolos e o mercado fonográfico atual.

Segundo a classificação de Simon Frith(1996), os processos de produção, circulação e consumo musical se dividem em três fases históricas: o estágio *folk*, no qual a música é executada diretamente de um artista para o público (música popular), o estágio artístico, no qual a música pode ser armazenada através de notações e partituras (música erudita) e, finalmente, o estágio pop, no qual a música é armazenada em fonogramas e executada mecânica ou eletronicamente para o consumo de um público extremamente amplo (ou seja, massivo). Como Janotti Jr. e Cardoso Filho observam, no estágio pop “produtores e consumidores se encontram muito distantes no ato da execução da canção e, por esse mesmo motivo, a mídia desenvolve estratégias particulares para a construção de sentido de identidade dos ouvintes com a música (2006, p. 13). Desta forma, a relação fã-ídolo, um fenômeno característico do estágio pop, é marcada pela distância entre produtores e consumidores. Se antes era necessário estar no mesmo ambiente que o artista para ouvir sua música, agora pode-se estar a quilômetros de distancia, em outra cidade, em outro país e é bem provável que nunca se chegue a ter um contato direto. São comuns relatos de artistas que dizem buscar mais proximidade com a plateia, quase tanto quanto tentativas do público de chegar perto dos ídolos. Ambos estariam constantemente criando estratégias para diminuir esta distância, o que seria primordial para manter não só a relação fã-ídolo em constante movimento como todo

o mercado de música popular massiva. Deste modo a distância não poderia ser vencida, apenas momentaneamente diminuída, pois sem ela o fenômeno da idolatria perderia o sentido.

Mesmo assim observamos constantemente ações de ambos os lados no sentido de diminuir momentaneamente a distancia, ou, pelo menos, criar a impressão de que a distancia está sendo diminuída. Este aspecto pode ser explorado comercialmente, como os *Backstreet Boys* fazem, mas as novas mídias acrescentaram uma camada a mais a esse processo, como veremos adiante.

É importante não perder de vista que o objetivo primordial do fã, do mais performático ao mais contido, é obter contato pessoal com seu ídolo, notadamente aqueles ligados à música popular massiva – com exceção, é claro, daqueles já falecidos. Boa parte do dia a dia do fã é dedicado a se aproximar de seu ídolo de uma maneira ou de outra, seja comparecendo aos shows ou até buscando detalhes da vida pessoal do artista, a fim de sentir-se próximo dele. Porém o ídolo também quer estar próximo do fã. É interessante para o artista manter contato com seus fãs, saber suas opiniões, mas os *Backstreet Boys* mantêm práticas muito interessantes (algumas até bastante inovadoras) neste sentido.

No site oficial do grupo o fã encontra fotos, vídeos, datas dos shows com links para comprar ingressos, datas das próximas aparições do grupo em programas de TV, biografia do grupo e seus membros, notícias e comunicados, além de uma loja virtual com produtos que vão desde camisetas e moletons a abridores de lata. Neste site também funciona o fórum do fã-clubes oficial. A filiação a este fã-clubes se dá mediante o pagamento de uma taxa anual de 39 dólares e dá direito ao acesso a conteúdo exclusivo como fotos e vídeos. Frequentemente também são promovidos *chats* (conversas via internet) com os integrantes do grupo (utilizando webcam, o que além de permitir que as fãs os vejam também garante que elas estão de fato conversando com a banda) e até transmissão de ensaios e sessões de gravação em estúdio, tudo isso restrito aos membros do fã-clubes. Além disso, durante as turnês os fãs podem adquirir passes VIP que dão direito a assistir a passagem de som da banda (chamada de *Soundcheck Party*), fazer perguntas aos integrantes, entregar presentes, receber autógrafos e ser fotografados ao lado dos ídolos. A realização do sonho sai por 300 dólares mas apenas 50 fãs por show podem ter este privilégio e para adquirir é necessário ser membro do fã-clubes oficial.

A venda dos chamados *meet & greet* (encontros entre fãs e ídolos promovidos pelas próprias bandas) é cada vez mais comum. Artistas que vão desde o grupo *teen* mexicano RBD à banda de rock *Kiss* são adeptos desta prática. No caso das fãs dos *Backstreet Boys* a maioria reclama dos preços altos mas os pacotes sempre se esgotam em questão de minutos. O grupo promove, ainda, encontros e festas após os shows (os chamados *after party*) de maneira esporádica. Tendo começado de maneira informal, com encontros em bares de hotel e restaurantes, os *after party* se tornaram parte dos compromissos da banda e, claro, parte do cotidiano dispendioso de um(a) Backstreet fã que almeje um contato mais próximo com os ídolos. Recentemente a banda anunciou, ainda, a realização de um cruzeiro (também uma prática cada vez mais comum entre artistas pop). Os quatro dias em alto mar serão preenchidos com festas, um show acústico e sessões de fotos e autógrafos. As cabines custaram entre 700 e 1500 dólares e foram vendidas em alguns dias.<sup>25</sup> Apesar de o passeio acontecer entre as cidades de Miami, na Flórida, e Cozumel, no Golfo do México, fãs de várias partes do mundo se apressaram em garantir seus lugares, inclusive brasileiras. Aliás, viajar para outros países para assistir shows da banda tem sido cada vez mais comum entre estas fãs.

Mesmo com os custos altos, muitas vezes arcados por conta própria (a maioria das entrevistadas, hoje na faixa dos 20 a 25 anos de idade, trabalha e afirma adquirir produtos, ingressos e outros com o próprio salário), as fãs continuam adquirindo tais serviços como sua única opção de chegar perto da banda. Apesar de se sentirem exploradas em certa medida não há esforço no sentido de protestar ou mesmo boicotar tais eventos. A maioria também parece compreender que ações como essas são necessárias para a manutenção da banda, tendo em vista que o lucro com vendas de Cds e bilheteria de shows tem diminuído. Isso mostra que a relação entre fãs e corporações, conflituosa em muitos casos, aqui se mantém harmônica na maior parte do tempo.

### 3.3.1 Novas mídias: novas estratégias de diminuição da distância?

A cultura fã está intimamente ligada ao conceito de comunidade afetiva (MAFFESOLI, 1998). Boa parte da experiência de ser fã se dá através do pertencimento, da troca de informações, impressões e vivências. Seja pelo contato

<sup>25</sup> As informações sobre o cruzeiro se encontram em [www.backstreetboyscruise.com](http://www.backstreetboyscruise.com)



com outros fãs, seja pela pressuposição de que existem outras pessoas que compartilham dos mesmos afetos, todas concordam que pertencer a uma comunidade de fãs é “saber que você não está sozinho.”

Em 1997, ano de lançamento de *Backstreet's Back*, primeiro álbum do grupo a ser lançado no Brasil e segundo de sua carreira, serviços de banda larga eram escassos e se limitavam a empresas e pessoas com alto poder aquisitivo. A internet só começaria a se tornar popular em 2000 e as famosas redes sociais nem sonhavam em existir. Porém boa parte das adolescentes tinha acesso a MTV e a revistas como *Capricho* e *Atrevida* e estas eram suas principais fontes de informação em relação a seus ídolos. Assim como a maior parte das comunidades de fãs pré-internet as fãs dos *Backstreet Boys* se agrupavam no pátio do colégio e quando alcançavam um certo nível de organização e conseguiam reunir certa quantidade de material colecionável relacionado à banda decidiam se organizar em fã-clubes. Os fã-clubes são o coração da cultura fã. É neles que se preserva e, em certa medida, se constrói a memória, a narrativa biográfica do artista (MONTEIRO, 2006). Àquela época os fã-clubes eram anunciados nos espaços disponíveis nas revistas voltadas para o público jovem e feminino de grande circulação na época. Havia também anúncios individuais de pessoas buscando se corresponder com outras fãs e assim a rede aumentava aos poucos.

De uma maneira geral as fãs dependiam cem por cento da mídia tradicional hegemônica mas mesmo naquela época algumas delas já tentavam “correr por fora”. Uma das entrevistadas, uma jovem hoje com 32 anos moradora do bairro de Copacabana, no Rio de Janeiro, conta que mantinha contato direto com a gravadora do grupo no Brasil<sup>26</sup> afim de obter informações confiáveis e material promocional. Foi desta forma que ela ficou sabendo da vinda do grupo em novembro de 2000 para uma turnê promocional e teve acesso a toda a agenda do grupo.

Se por um lado o grupo se afastou da grande mídia, por outro suas fãs se tornaram mais coesas na internet. Praticamente não existem mais fã-clubes presenciais tendo dado lugar aos fã-clubes online<sup>27</sup>. Hoje em dia elas tem acesso a mais conteúdo relacionado à banda e de maneira mais simples. Isso modificou

<sup>26</sup> O grupo foi lançado pela Jive Records e sua representante no Brasil é a Sony/BMG.

<sup>27</sup> No Brasil, alguns dos fã-clubes de maior destaque são o The Backstreet Boys. com .br ([www.thebackstreetboys.com.br](http://www.thebackstreetboys.com.br)) e o BSB-Brasil ([www.bsb-brasil.com/fc](http://www.bsb-brasil.com/fc)) mas muitos outros fã-clubes funcionam no ambiente da internet. Em todos os casos a prática do fanzine foi substituída pelo fanzine virtual e, posteriormente, por blogs de notícias sobre o grupo, *newsletters* e foruns de discussões nos websites dos fã-clubes.

sensivelmente a relação das fãs com os materiais que colecionavam, por exemplo. Se antes boa parte do dia a dia de uma fã era adquirir, catalogar e guardar materiais como reportagens em mídia impressa e audiovisual, fotos, pôsteres, VHS e Cds, hoje em dia são poucas as que ainda o fazem. A prática de produzir fitas VHS com compilações das aparições do grupo na TV desapareceu, não só devido à evolução da tecnologia, mas pelo fato de este material estar disponível a um clique em sites como *YouTube*. O download de músicas e vídeos tirou a materialidade destes objetos e seu status de capital subcultural (THORNTON,1996). Boa parte das entrevistadas afirma ter se desfeito desses materiais, mantendo apenas o “mais importante” ou itens raros, caros e de difícil obtenção.

Houve também significativa mudança na relação das fãs com o grupo após a popularização da internet. Frequentemente membros da equipe produzem vídeos (a maioria com webcams e celulares) que mostram o dia a dia do grupo e bastidores de shows e gravações de maneira bastante informal. Este material é distribuído para os fãs através da web, muitas vezes minutos após serem produzidos. Além de manter um site onde funciona um fã-club online com atualizações frequentes, hoje os integrantes possuem perfis pessoais no *Myspace*<sup>28</sup> (rede social bastante popular nos Estados Unidos e Europa mais voltada para a música) além do perfil do grupo administrado por sua equipe. O mesmo vale para o *Facebook* (outra rede social que se popularizou nos últimos anos) e *Twitter*<sup>29</sup> (serviço de microblog em crescente popularização, principalmente no Brasil). Este último foi o que trouxe maiores mudanças na dinâmica da comunidade de fãs do grupo.

No *Twitter*, os usuários publicam mensagens de até 140 caracteres com o objetivo de comunicar a seus seguidores (pessoas que se conectam para receber atualizações do usuário em questão) o que está fazendo no momento. A entrada dos membros do *Backstreet Boys* no *Twitter* fez com que suas fãs se sentissem mais próximas deles, já que agora era possível acompanhar seu dia a dia em tempo real. Os cantores costumam postar fotos de situações cotidianas (fazendo compras,

<sup>28</sup> [www.myspace.com](http://www.myspace.com). O perfil oficial do grupo pode ser acessado em [www.myspace.com/backstreetboys](http://www.myspace.com/backstreetboys) e os perfis individuais dos integrantes em [www.myspace.com/nickcarter](http://www.myspace.com/nickcarter), [www.myspace.com/brianlittrell](http://www.myspace.com/brianlittrell), [www.myspace.com/howiedorough](http://www.myspace.com/howiedorough) e [www.myspace.com/ajmclean](http://www.myspace.com/ajmclean). O perfil mais ativo era o de Nick Carter, utilizado pelo cantor também para divulgar sua carreira de ator e também carreira solo. Ele costumava postar diários em vídeo e texto mas as atualizações cessaram nos últimos meses.

<sup>29</sup> [www.twitter.com](http://www.twitter.com). O perfil oficial do grupo pode ser acessado em [www.twitter.com/backstreetboys](http://www.twitter.com/backstreetboys) e os perfis pessoais dos integrantes do grupo são [www.twitter.com/brian\\_littrell](http://www.twitter.com/brian_littrell), [www.twitter.com/nickcarter](http://www.twitter.com/nickcarter), [www.twitter.com/howie\\_d](http://www.twitter.com/howie_d) e [www.twitter.com/frillneck](http://www.twitter.com/frillneck). Também neste caso o perfil mais ativo é o de Nick Carter. Porém, recentemente o cantor divulgou por acidente o número de seu celular e e-mail pessoal no microblog. Após o incidente suas atualizações diminuíram.

passeando com a família, encontrando amigos), comentar amenidades e até conversar com fãs (Fig. 2).

Como os *Backstreet Boys* possuem muitos seguidores, ou seja, muitas pessoas acompanham suas postagens, os *tweets* (mensagens via *Twitter*) enviados por fãs frequentemente se perdem em um mar de mensagens (semelhante ao que acontece em um show, só que em um ambiente virtual). Geralmente quando um deles “twita” (ou seja, posta) algo (e isso significa que ele está *online* naquele instante) o que se vê é uma chuva de mensagens destinadas a ele. Muitas fãs chegam a postar várias mensagens seguidas (o que é conhecido no ambiente da internet como *flood*, ou seja, enxurrada) na esperança de chamar sua atenção.



Figura 2: Troca de mensagens entre Brian Littrell e uma fã no Twitter.<sup>30</sup>

<sup>30</sup> Mensagem de uma fã para Brian: “Diga oi para os fãs Brasileiros! Nós te amamos e estamos esperando por vocês! Voltem logo por favor!” ; Resposta de Brian para a fã: “Hey, queria dizer oi. Estamos conversando sobre uma turnê nos próximos setembro-outubro de 2010!!!! Vai ser legal!”

É comum uma fã comemorar quando recebe um *tweet* (mensagem via *Twitter*) de um dos membros do grupo. Muitas vezes a fã captura a imagem da tela e a exibe em redes sociais como se fosse um autógrafo (talvez até mais “valioso”). Em contrapartida muitos fãs se irritam quando não obtém a atenção desejada. Desta forma, por mais que haja a impressão de que a distância foi diminuída, a afirmação de que as novas ferramentas da internet fornecem maior interação entre fãs e ídolos não se verifica. A relação continua sendo assimétrica, de um para muitos, apenas a forma de mediação mudou.

### 3.3.2 Distanciar-se para aproximar-se: mudanças no comportamento das fãs.

A primeira visita dos *Backstreet Boys* aos Brasil não só teve uma repercussão majoritariamente negativa na imprensa como também afetou a dinâmica interna da comunidade de fãs do grupo. A maioria das fãs entrevistadas e observadas na comunidade virtual concordava que os acontecimentos da passagem da turnê das 100 horas pelo Brasil havia afetado negativamente o relacionamento do grupo com suas fãs brasileiras, devido aos exageros cometidos na ocasião.

Agora eu vejo o quão vergonhoso foi. A reação daquelas meninas foi exageradamente ridícula. Só causou medo neles e mostrou que todo mundo por aqui era maluco daquele jeito. (S.D. 20 anos, Natal/RN)

Quando eu vi o dvd, fiquei com vergonha de ser brasileira. Era uma grande emoção ter eles ali, eu sei muito bem disso, mas acho que não tinha necessidade daquele alvoroço todo no ônibus deles! Com certeza eles devem achar que somos todas loucas! (D.G. 18 anos, Rio de Janeiro /RJ)

Isto se refletiu claramente no comportamento das fãs quando a banda retornou ao Brasil nove anos após os acontecimentos de novembro de 2000. Como contarei com maiores detalhes mais adiante, quando da última visita do grupo em março de 2009 pude perceber que muitas fãs não só procuravam manter o controle em situações extra-show de contato com seus ídolos como, frequentemente, pediam que as outras fizessem o mesmo, acreditando que a má impressão deixada anos antes precisava ser desfeita. E muitas acreditam que foram bem sucedidas nesta tarefa.

Depois do dia 7/03/09 [show da turnê *Unbreakable* no Rio de Janeiro] creio que estamos em alta com eles. E principalmente eles com a gente. Nós nos

comportamos melhor e eles permitiram inúmeras oportunidades das fãs chegarem até eles. (...) Foi estabelecido um relacionamento recíproco, entre a fã e seu ídolo, não tendo mais aquele pedestal, aquele gelo, mostrando que eles são reais e acessíveis. (C.D. 21 anos, Rio de Janeiro/RJ)

Depois da *Unbreakable* tiramos a má impressão de 2000. Hoje eles veem que nós não tiramos pedaços (risos). Os *Boys* sabem que as fãs brasileiras são as mais dedicadas e calorosas. (C.O. 27 anos. Contagem /MG)

Desta forma, acredito que houve uma mudança nos códigos internos da comunidade, o que conseqüentemente proporcionou uma mudança na performance das fãs. Se, inicialmente, o excesso era o fator de legitimação do afeto daquelas fãs por seus ídolos e uma maneira de se fazer notar no meio da multidão, hoje, quase uma década depois, a *estratégia* é outra.

A idéia de tática *versus* estratégia (DeCERTEAU, 1994) nos permite observar a mudança de comportamento por parte das fãs sob a perspectiva de uma disputa de poder simbólico. Segundo DeCerteau, táticas são próprias de grupos subordinados e que, portanto, não detém o poder ou um espaço definido. Já estratégia é algo próprio dos grupos que detém o poder pois demandam ferramentas, tempo e território. As táticas ocorrem no terreno inimigo, devem ser assertivas e em certa medida agressivas, pois dispõem de menos tempo para ser executadas.

A postura das fãs de se adequar à uma conduta mais centrada, controlada, mais “adulta” segundo elas mesmas, resulta do desejo de controlar a situação, de ter o poder. Apenas assumindo este papel (de fãs crescidas que não mais agem de maneira desmedida) elas seriam capazes de alcançar seus objetivos. Ser a fã pacífica, controlada, crescida enfim, é o novo fator de distinção dentro da comunidade. Assumir uma postura *distanciada* em relação ao ídolo é a nova maneira de se aproximar dele. De qualquer forma o que pauta a performance continua sendo a tentativa de diminuição da distância entre fã e ídolo.

## 4 ACADÊMICOS, FÃS E ACADÊMICOS-FÃS: TENSÕES E NEGOCIAÇÕES

Até aqui é possível observar que, na perspectiva acadêmica, a figura do fã passou de um completo alienado cultural a consumidor extremamente inventivo e resistente. Tão fácil quanto criticar os dois modelos de análise é cair em um deles. É sabido que nem os estereótipos do misantropo obsessivo e da massa histórica, nem a figura do fã altamente produtivo correspondem à totalidade do fenômeno, mas deve-se levar em consideração que os códigos específicos de cada comunidade de fãs podem levar o observador a pender para um dos lados da balança, assim como o contexto em que a análise é feita.

Neste capítulo são observados alguns exemplos que demonstram contradições e conflitos na relação entre acadêmicos e fãs e apontam para a necessidade de se relativizar as análises.

### 4.1 Entra em cena o pesquisador-*insider* – Advogando em causa própria?

Como abordado no capítulo anterior, a partir da década de 1980 se acentuaram os estudos focando objetos da cultura da mídia. Isso se deve, em parte, ao surgimento (ou, pelo menos, descoberta) da figura híbrida do acadêmico-fã. Pesquisadores que foram jovens entre as décadas de 1970 e 1980 começam a desenvolver estudos acerca dos artefatos que fizeram parte de suas vidas, como seriados de TV e bandas. Enquanto a maior parte dos autores do período imediatamente anterior a este não punham em primeiro plano suas relações com os objetos estudados, a nova geração se distingue por evidenciar sua condição de fã. “Tamanha proximidade com o objeto de estudo foi convertida de possível motivo de embaraço intelectual em um ponto de vista epistemológico privilegiado e, por conseguinte, em uma nova e curiosa modalidade de autoridade acadêmica” (FREIRE FILHO, 2007, p. 90-91). Alguns autores chegam a defender que estudiosos e teóricos de uma maneira geral guardariam mais semelhanças com os fãs do que diferenças.

“Talvez, nós sejamos capazes de ver, agora, que a categoria do 'intelectual das humanidades' é, de fato, uma subdivisão da categoria do 'fã'. Nós somos eles; nós somos os fãs com sorte o suficiente de sermos remunerados para sermos fãs” (McKee, 2002, p.69 apud FREIRE FILHO, 2007, p.92)

“Os acadêmicos são fãs profissionais que são pagos para documentar, discutir, explorar e celebrar suas paixões. Ao prestar muita atenção às coisas que amam, professores universitários preservam-nas e passam-nas adiante.” (BURR 2005, P. 378 apud FREIRE FILHO, 2007, p.92)

A trajetória acadêmica de Henry Jenkins, atual professor e pesquisador da Universidade da Califórnia, se mostra um exemplo bastante contundente deste processo. Encorajado pelas abordagens da Escola de Birmingham em relação às subculturas juvenis e influenciado por sua própria condição de fã de produtos midiáticos, Jenkins decidiu contribuir para uma nova abordagem das práticas dos fãs, conceituando-os como consumidores midiáticos inventivos e criticamente engajados (1992). Porém, não podemos perder de vista as possíveis armadilhas que a posição de *insider* pode trazer. O próprio Jenkins, mais tarde, chegou a assumir que sua obra inaugural continha alguns exageros em relação ao caráter de resistência política da audiência e que isso se deve, em parte, à uma tentativa deliberada de reverter o estereótipo, muito enraizado àquela época (JENKINS apud HILLS, 2002, p. 10). Segundo Freire Filho “a nova geração de pesquisadores recriou o fã à sua imagem e semelhança” (2007, p. 92). Os acadêmicos-fãs teriam sido levados a produzir análises excessivamente empoderadoras de seus objetos por estarem “advogando em causa própria” (idem). Se, por um lado, a proximidade com o objeto permite uma visão menos estereotipada e evita a patologização, por outro, o estudo corre o sério risco de derivar para uma celebração eufórica deste objeto. A condição biográfica de *insider* foi valorizada por muitos autores como um bem em si mesmo, sem que fossem devidamente problematizadas as suas possíveis vantagens e armadilhas teóricas e metodológicas.

#### **4.2 Conflitos e contradições:** Incorporação do discurso senso-comum no discurso das fãs

Mesmo que tenham sido cometidos alguns excessos o híbrido acadêmico-fã não pode ser condenado logo de imediato pois isso seria assumir o discurso de que o fã não tem senso crítico e, ainda, o discurso de que o olhar científico é isento de envolvimento afetivo com o objeto. Porém, também é um equívoco supor que o simples fato de o pesquisador possuir vínculo com a comunidade estudada é capaz

de, por si só, leva-lo a produzir uma análise indulgente (e, conseqüentemente, auto-indulgente). Como exemplificado a seguir, nem sempre o fã produz imagens mais compreensíveis sobre si mesmo, incorporando, muitas vezes, os discursos estigmatizantes em vez de combatê-los. Ao responder a um tópico, iniciado por mim, na comunidade virtual “*Backstreet Boys*” no *Orkut*, que indagava sobre os motivos que levariam fãs a agir de forma exagerada, diversas fãs responderam:

**Tati:**

Algumas fãs simplesmente não conseguem ver o artista como uma pessoa normal, e perdem a noção do ridículo.

**Nalu:**

Geralmente quem faz esse tipo de escândalo perto do ídolo são adolescentes. Acho que a partir do momento que nós passamos a "cultuar" nossos ídolos por causa do trabalho e das atitudes deles esse tipo de coisa tende a desaparecer. Agora, a maioria dessas guriazinhas [sic] que se descabelam [sic] só faz isso porque gosta do ídolo mais porque acha ele lindo e maravilhoso do que por qualquer outro motivo.

**Sabrina:**

Se eu tivesse a oportunidade de conhecê-los é claro que eu não faria escândalos, mas eu confesso que eu não aguentaria segurar a emoção, eu choraria, bem discreta, mas choraria.

**Rosemary:**

Sei lá, tem pessoas que confundem tudo, vivem na maior ilusão... não sabem separar as coisas e acabam fazendo coisas bizarras, sem noção (...) Para mim isso é problema psicológico. (...) Conheço um monte de gurias assim. Não é pouca [sic] são muitas!

**Paty:**

Acontece mais na adolescência porque nessa idade as pessoas quase nem têm senso crítico, não têm uma vida real, com faculdade, trabalho e relacionamento afetivo sério, por exemplo. Acredito que quanto mais a gente preenche nossas vidas com coisas "reais", mais essas ilusões vão esmorecendo.

**Cris:**

Mas acho q todos os fãs tem q saber respeitar e lembrar q os ídolos são seres humanos como todos nós. Admiração é uma coisa, fixação é outra. Portanto ã há necessidade de quase "morrer" pq encontrou o ídolo, mas devemos elogiar, abraçar pq esse momento é único.

Nota-se que a maioria das fãs concorda que o comportamento exagerado é nocivo, e às vezes é considerado por elas mesmas algo ridículo. Embora a maioria admita chorar quando ouve uma música ou no encontro com o ídolo (o que é, sem dúvida, um fator de identificação dentro da comunidade), há um certo limite e comportamentos muito excessivos e até auto destrutivos são condenados. Ninguém aparece admitindo ter ou já ter tido um dia este tipo de atitude (no máximo em um



passado muito distante). Ou seja, o fã mais exagerado aparece como um “outro” até no discurso dos próprios fãs. Elas incorporam, ainda, discursos que relacionam a condição de fã à ideia senso-comum de adolescência e até a questões de ordem patológica (como é possível verificar, por exemplo, no comentário da fã Rosemary: “Para mim isso é problema psicológico”).

Sendo assim, da mesma forma que a posição de acadêmico não isenta o pesquisador de envolvimento com o objeto (mesmo que este envolvimento não seja declarado), a posição de fã não implica necessariamente ter uma visão mais compreensiva de suas práticas. Ambos estão inseridos na vida social, são submetidos aos mesmos discursos e, conseqüentemente, sujeitos aos mesmos tipos de julgamento. Desta forma, acredito que a uma maneira de sair desse impasse é evidenciando os vínculos que o pesquisador tem com seu objeto de estudo e, assim, possibilitando ao leitor ter a exata noção das condições em que esta análise é feita.

#### **4.3 AUTOETNOGRAFIA: explicitando o lugar de fala**

O autor [Kozinets] sugere o conceito de autonetnografia para o maior nível de proximidade entre o pesquisador e os sujeitos observados, proporcionando imersão, internalização, consciência de alteridade e engajamento das comunidades. Ele cita, entre outros exemplos, algumas de suas pesquisas nas comunidades online de fãs de Star Trek, do qual ele era um fã e intenso participante nos tópicos postados. (AMARAL, 2008, p.8)

Esse artigo utiliza a noção de pesquisa feita por insider enquanto um conceito não-absoluto intencionado para designar aquelas situações caracterizadas por um grau significativo de proximidade inicial entre as locações sócio-culturais do pesquisador e do pesquisado. (HODKINSON, 2005, p.134 apud AMARAL, 2008, p.10)

Assumindo os riscos e acreditando nas vantagens do método, alguns autores passaram a acrescentar relatos pessoais em estudos autoetnográficos, como é o caso de Adriana Amaral:

Minha inserção em diferentes subculturas aconteceu ainda na adolescência, tendo participado de subculturas como hard rock/ heavy metal, gótica e clubber em minha cidade natal durante o final dos anos 80 e a década de 90. Não imaginava que tal conhecimento empírico das culturas do “underground” - classificado como “fútil”, “perda de tempo” e “coisa de adolescente” por professores e familiares – adquirido em cenários como casas noturnas, bancas de revistas e lojas de discos hoje fariam parte de discussões teóricas. (AMARAL, 2008, p. 12-13)

Deste modo não só me considero inserida na categoria de acadêmica-fã como procurei me utilizar de minha posição de *insider* na comunidade estudada afim de buscar olhares que um pesquisador *outsider* dificilmente teria. Isso não implicou em nenhum momento na obrigação de produzir uma representação necessariamente positiva destes fãs mas é importante ressaltar que a minha posição influencia meu olhar, na medida em que, ao refletir acerca das práticas destas fãs estou refletindo também acerca das minhas próprias práticas e de tudo o que esta banda significou na minha vida durante toda a minha adolescência. Desta forma decidi acrescentar a este estudo um breve relato pessoal que explica minha relação com o objeto estudado, partindo do princípio de que é necessário que o pesquisador tenha consciência de seu lugar de fala desde o início, sendo *insider* ou não, sendo fã ou não.

#### **4.3 *Unbreakable Latin American Tour: Eu fui.* - Um relato autoetnográfico.**

Me tornei fã dos *Backstreet Boys* aos 11 para 12 anos de idade, em 1997. Como o grupo estava em seu auge na época pude encontrar no meu colégio outras pessoas que compartilhavam da minha admiração pela banda. Logo formamos um grupo de cinco meninas na faixa dos 12 aos 16 anos e nos reuníamos sempre para assistir os vídeos, ouvir às músicas, ler as reportagens e admirar fotos do grupo, tudo isso incansavelmente. Minha casa (e especificamente meu quarto) virou uma espécie de quartel general do nosso fã-clubes restrito: era eu quem tinha a maior quantidade de material relacionado ao grupo e as paredes do meu quarto concentravam a maior quantidade de posters do grupo de que tenho notícia.

Em todas as visitas do grupo ao Brasil eu estive presente. Em novembro de 2000 eu e minhas amigas passamos o dia em frente ao hotel Meridién, em Copacabana. Em maio de 2001 acampamos durante um mês no estacionamento do Maracanã a fim de garantir lugares na primeira fileira.

Vários anos após aquela experiência, tendo perdido o contato com as amigas de tietagem, decidi, no quarto período do curso de Comunicação Social, iniciar esta pesquisa, tendo como objeto de análise o comportamento das fãs dos *Backstreet Boys*. Embora não me lembre bem como exatamente surgiu a ideia, lembro de, em uma entrevista já bastante antiga, um dos membros do grupo dizer que “gostaria de parar uma fã e perguntar 'porquê?'” e essa tem sido a pergunta norteadora deste

trabalho. Embora eu não tenha a pretensão de chegar a uma resposta exata e definitiva, a curiosidade em relação ao comportamento das fãs e os motivos que levam estas fãs a agir de determinada forma foi o que me moveu durante todo esse processo. Essa curiosidade não teria surgido caso eu mesma não fosse uma fã. Talvez até muito desta pesquisa tenha partido de uma necessidade de auto-análise mas caso eu não tivesse o mínimo de proximidade com este objeto a pesquisa teria tomado rumos completamente diferentes e talvez sequer existisse.

Mesmo assim só decidi levar a cabo esta iniciativa quando fiz uma auto-avaliação e cheguei à conclusão de que, agora, anos após o frenesi vivido em 2000 e 2001, eu poderia ter distanciamento crítico para fazê-lo. Porém jamais escondi ou ignorei o meu envolvimento com o objeto. Sempre estive atenta às armadilhas que minha posição de *insider* poderia me impor, ou pelo menos pensava estar.

Em dezembro de 2008, estando engajada novamente à comunidade de fãs brasileiras do grupo, recebemos a notícia de que os *Backstreet Boys* voltariam ao país com a turnê do álbum *Unbreakable*. Assim como muitas, fãs fui pega de surpresa. Os sucessivos adiamentos e promessas de que fariam shows aqui haviam tirado minhas esperanças de assistir a um show deles em território brasileiro de novo. Além do fim de uma espera de oito anos era a chance perfeita para unir teoria e prática e verificar o comportamento das fãs novamente de forma atualizada. Foi o que eu fiz: acompanhei cada passo do grupo desde sua chegada ao país, os dois shows, no hotel em que estiveram hospedados, até sua partida, agora com o pretexto de observar a movimentação das fãs e fazer entrevistas.

Cheguei em São Paulo na manhã do dia 5 de março e esperei até a hora do show com centenas de fãs que já acampavam na calçada do *Credicard Hall* há dias. Quis chegar cedo para aproveitar o dia para fazer entrevistas. Procurei as primeiras da fila da pista VIP, ou seja, as que haviam pagado mais caro e estavam lá há mais tempo para garantir os primeiros lugares. Perguntei se valia a pena chegar tão cedo, ao que uma delas respondeu:

É que pra ver *Backstreet Boys* é desespero total. Aí eu tinha que chegar o mais rápido possível. (...) Porque todo show dos *Backstreet Boys*, por eles não virem muito ao brasil, quando eles vem parece que eles nunca mais vão voltar. Então é por isso que a gente fica tão desesperada e tão fanática por eles. Vai valer a pena, eu sei que vai. (K.R., 23 anos, São Paulo/SP)

Confesso que meu repertório de perguntas era meio limitado e quanto mais a hora avançava a ansiedade aumentava e eu não conseguia mais pensar em entrevistar ninguém (me arrependo, por exemplo, de não ter conversado com os meninos que estavam na fila– e não eram poucos– mas notei que a maioria deveria fazer parte de grupos *cover* da banda, devido às semelhanças na maneira de vestir e até físicas com os cantores). Eu havia comprado uma espécie de passe VIP através do fã-clubes oficial que me permitia assistir à passagem de som do grupo, pegar autógrafo e tirar uma foto. Ou seja, eu estava a algumas horas de conhecer os *Backstreet Boys*, de realizar um sonho de 12 anos. Por alguma razão eu acreditava que ficaria tranquila (ou talvez, no fundo, eu quisesse me manter tranquila e manter a aparência de pessoa séria) mas quando entramos no *Credicard Hall* para o *soundcheck party* e o primeiro *Backstreet Boy* surgiu no palco (e, por sinal, era justamente o meu preferido), bem, eu não conseguiria descrever a emoção aqui por mais que tentasse. Mas o que posso descrever é que minhas mãos tremiam e eu chorava. Essa reação ia de encontro a boa parte da “teoria” que eu havia formulado, mas eu não pensava em nada disso nesse momento, nem durante o show e nem na volta pra casa.

No dia seguinte, assim que voltamos de São Paulo de ônibus, fui direto para o aeroporto internacional Tom Jobim, por onde o grupo chegaria ao Rio. Eu sabia que dificilmente os veria (embora nutrisse alguma esperança) mas sabia que haveria fãs lá. Eu estava certa sobre as duas coisas. Eles saíram pela pista quando cerca de vinte fãs os aguardavam no desembarque comum. A decepção era geral.

Estou desapontada. Acho uma falta de consideração. Não sei se é o que eles pensam, mas nós não somos selvagens, somos fãs! Só queremos tirar uma foto! (L.M. 25 anos, Rio de Janeiro/ RJ)

O que mais me chamou a atenção foi o comportamento das fãs antes do desembarque do grupo. Elas pediam calma umas às outras, argumentando que caso se mantivessem comportadas e “sem fazer escândalo” isso encorajaria o grupo a passar pelo desembarque comum. Isso evocava especificamente os acontecimentos de novembro de 2000. O fato de o acontecimento ter sido eternizado em dois documentários criou um fantasma nas vidas das fãs brasileiras e elas usavam expressões como “vamos mostrar que somos civilizadas”.

Dali segui para o hotel *Sheraton*, no bairro São Conrado, onde o grupo estava hospedado. Chegando lá observei comportamento parecido com o das fãs no aeroporto: “nada de escândalos”. Porém, cada vez que era possível avistar um dos integrantes do grupo e até mesmo chegar perto de um deles dentro do hotel se tornava cada vez mais difícil seguir o protocolo. Foi quando me dei conta de que, por mais que tentássemos racionalizar nossas ações em relação a banda, ainda havia uma dimensão espontânea e, em certa medida, difícil de ser controlada. Em última instância não importavam os discursos que tivéssemos criado previamente no sentido de controlar ou não nossas emoções, quando finalmente estivéssemos frente a frente com nossos ídolos cada uma reagiria de uma maneira e era quase impossível prever que maneira seria essa.

Isso me obrigou a repensar e relativizar boa parte do pensamento que eu havia sistematizado até o momento. Esta análise não poderia ser feita apenas com base em minhas lembranças e alguns relatos sobre as turnês anteriores do grupo. Foi necessário uma experiência atual para que eu pudesse articular todos aqueles conceitos com a prática do dia a dia de uma fã em situações reais de expectativa de um encontro com o ídolo. Desta forma acredito ter sido possível produzir uma análise, não só mais compreensiva, como mais honesta, tanto em relação as fãs retratadas ao longo deste trabalho, mas também em relação ao leitor.

Não descarto a possibilidade de ter sido levada a buscar explicações para o comportamento das fãs do grupo de forma a tentar desfazer o estereótipo da histeria. Por outro lado acredito que o tipo de análise feita neste trabalho só poderia ser feita por alguém que combinasse a posição de acadêmica e fã. Por isso decidi que seria construtivo adicionar este relato para que não só o leitor tenha uma noção mais aproximada da natureza do meu envolvimento com este objeto como também fornecer um material único e, se possível, contribuir para análises futuras.

## 5. CONCLUSÃO

A figura do fã está presente no cenário cultural de maneira constante. Apesar de ter recebido mais atenção recentemente, a audiência sempre esteve envolvida no processo de construção de sentido dos objetos midiáticos, mesmo quando sua representação era majoritariamente negativa. As manifestações de afeto dos fãs podem tanto ser um indicativo de sucesso do artista como chamar mais atenção que o próprio.

Fãs são consumidores criativos, mas esta criatividade se manifesta de diversas outras maneiras que não somente a produção de novos produtos com base no original. O simples ato de vestir a camiseta da banda ou somente cantar suas músicas já produz efeitos e significados. No caso da comunidade de fãs estudada, a participação alcança níveis que um observador desatento classificaria como simples exagero. A maneira indiscriminada e acrítica como conceitos da psicanálise tendem a ser aplicados pela mídia, notadamente aqueles que caracterizam o comportamento dos fãs como histeria, além de contribuir para a patologização, impede um olhar mais atento a essas práticas que fazem parte do dia a dia das fãs e, consequentemente, de seus ídolos.

A proposta deste trabalho é tentar enxergar as práticas destas fãs além dos estereótipos e da aparente obviedade, dando atenção às suas práticas cotidianas e aos conflitos sociais que elas refletem. Neste contexto, os conceitos de escuta performática, investimento afetivo e disputa simbólica se mostraram essenciais para compreender a produção de sentido e a dinâmica interna desta comunidade de fãs.

Em um momento de crise da indústria fonográfica se faz cada vez mais necessário observar de que modo os fãs colaboram (e o fazem orgulhosamente) para a manutenção de seus objetos de admiração. Já podemos ver alguns esforços de produtores neste sentido mas a maioria ainda o faz visando somente o lucro sem pensar em agregar valor cultural a seus produtos.

Tendo em vista que a cultura fã é um fenômeno atual (apesar de não ser recente) e está inserida em um contexto social complexo, novas formas de abordagem são necessárias. Porém, como em toda e qualquer pesquisa, deve-se estar atento a possíveis armadilhas teóricas e metodológicas.

Em um ambiente conflituoso e mutável como as comunidades de fãs, e especificamente a comunidade estudada, seria impossível abordar todos os seus

aspectos em um só trabalho de conclusão de curso. Desta forma, considero que outras questões podem ser levantadas e outros caminhos podem ser seguidos, como por exemplo os possíveis motivos que levam a repetição de fenômenos como esse de tempos em tempos e o fato de as comunidades de fãs estarem se tornando cada vez mais jovens (a emergência da cena *tween*, termo que abrangeria um período intermediário entre a infância e a adolescência). Importante observar, também, que apesar de sempre me referir aos membros desta comunidade no feminino (“as fãs”) e tratá-la muitas vezes como se fosse exclusivamente feminina, a participação de indivíduos do sexo masculino não pode ser ignorada. Apesar de sua atuação no dia-a-dia da comunidade não ser tão expressiva em termos numéricos, algumas de suas práticas, como a formação de grupos cover, são um elemento importante do cotidiano destes fãs e talvez mereçam mais atenção em trabalhos futuros. Muitos outros fatores também podem estar em processo de formação enquanto escrevo. Afinal, a cultura fã faz parte de um contexto social em constante mutação. Sabe-se lá qual será o próximo ídolo ou objeto de adoração das próximas gerações. Mas uma coisa é certa, como dizem os *Backstreet Boys* em um de seus maiores sucessos: “enquanto houver música, nós voltaremos”.

## REFERÊNCIAS

- AMARAL, Adriana. *Autonetnografia e inserção online. O papel do pesquisador-insider nas subculturas da web*. In: Anais do GT Comunicação e Sociabilidade do XVII Encontro Anual da Compós. São Paulo. Disponível em <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_315.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_315.pdf)>
- ANDERSON, Benedict. *Comunidades imaginadas: Reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo*. Editora Companhia das Letras, [1983] 2008
- ANDREWS, Margaret & TALBOT, Mary. *All the world and her husband: women in twentieth-century consumer culture*. Continuum International Publishing Group, [1991] 2000.
- BOURDIEU, Pierre. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- CAMPANELLA, Bruno Roberto. *Perspectivas do cotidiano: um estudo sobre os fãs do programa Big Brother Brasil*. Rio de Janeiro, Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – UFRJ, 2010.
- CARTER, Nick. In: Backstreet Boys. **Never Gone**. Manaus: Sony BMG, 2005 1 CD (encarte)
- \_\_\_\_\_. In: Backstreet Boys. **Unbreakable**. Manaus: Sony BMG, 2007. 1 CD (encarte)
- CHEGADA do U2 ao Rio de Janeiro é vista com "pouco furor". **Folha Online**. São Paulo, 21 nov. 2000. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u6725.shtml>> Acessado em: 01/06/10
- COELHO, Maria Cláudia. *A condição do fã: idolatria e indústria cultural*. Interseções, n.2, p. 417-431
- CURI, Pedro Peixoto. *Fan films: da produção caseira ao cinema especializado*. Rio de Janeiro, Dissertação (Mestrado em Comunicação) – UFF, 2010.
- DANTAS, Danilo Fraga. A dança invisível: sugestões para tratar da performance nos meios auditivos. In: FREIRE FILHO, João & JANOTTI JR., Jeder (orgs.). *Comunicação & música popular massiva*. Salvador: Edufba, p.55-67, 2006
- DeCERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer*. Vozes, [1994]2003
- DELL, Chad. "Lookit that hunk of man!": Subversive pleasures, female fandom, and professional wrestling. In: HARRIS, Cheryl & ALEXANDER, Alison (orgs.). *Theorizing fandom: Fans, subculture and identity*. Edited by and Cresskill, NJ: Hampton Press, 87-108, 1998.
- DIÁRIO dos Backstreet Boys. São Paulo: MTV Brasil, 2000.
- EHRENREICH, Barbara; HESS, Elizabeth; JACOBS, Gloria. Beatlemania: Girls just want to have fun. In: LEWIS, Lisa A. (org). *The Adoring Audience: fan culture and popular media*. London, New York: Routledge, p. 84-105, 2001



FÃS atiram-se diante dos Backstreet Boys em turnê-relâmpago. **Folha Online**. São Paulo, 21 nov. 2000. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u6720.shtml>> Acessado em: 01/06/10

FISKE, John. The Cultural Economy of Fandom. In: LEWIS, Lisa A. (org). *The Adoring Audience: fan culture and popular media*. London, New York: Routledge, p. 30-49, 2001.

FREIRE FILHO, João. Formas e normas da *adolescência* e da *juventude* na mídia. In: FREIRE FILHO, João e VAZ, Paulo (orgs.) *Construções do tempo e do outro: representações e discursos midiáticos sobre a alteridade*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

\_\_\_\_\_. *Reinvenções da Resistência Juvenil: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

FRITH, Simon. *Performing Rites: On the value of popular music*. Cambridge: Harvard University Press, 1996.

GROSSBERG, Lawrence. Is there a fan in the house?: the affective sensibility of fandom. In: LEWIS, Lisa A. (org). *The Adoring Audience: fan culture and popular media*. London, New York: Routledge, p. 50-65, 2001.

HILLS, Matt. *Fan Cultures*. Nova Iorque: Routledge, 2002.

HUYSEN, Andreas. A cultura de massa enquanto mulher – o “outro” do modernismo. In: *Memórias do Modernismo*. Rio de Janeiro : Ed. da UFRJ, 1996.

JANOTTI JR, Jeder & CARDOSO FILHO, Jorge. A música popular massiva, o mainstream e o underground trajetórias e caminhos da música na cultura midiática. In: FREIRE FILHO, João & JANOTTI JR., Jeder (orgs.). *Comunicação & música popular massiva*. Salvador: Edufba, 2006. p. 11- 23.

JENKINS, Henry. *Textual Poachers. Television fans & participatory culture*. Routledge: 1992

\_\_\_\_\_. 'Strangers no more, we sing': Filking and the social construction of the Science Fiction Fan Community. In: LEWIS, Lisa A. (org). *The Adoring Audience: fan culture and popular media*. London, New York: Routledge, p. 208-236, 2001.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. São Paulo: EDUSC, 2001.

LITTRELL, Brian; MARTIN, Max; LUNDIN, Kristian. Larger Than Life. In: Backstreet Boys. **Millennium**. Manaus: Sony BMG, 1999. 1 CD. Faixa 1 (3 min 52s).

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Forense Universitária, 1998.

MONTEIRO, Carlos & AULER, Eduardo. *Acabou o acampamento. Juizado da Infância recolhe fãs do grupo americano que faziam vigília no Maracanã*. **Extra**, Rio de Janeiro, 27 abr. 2001.

MONTEIRO, Tiago José Lemos. *As práticas do fã: identidade , consumo e produção midiática*. Rio de Janeiro, Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – UFRJ, 2007.

\_\_\_\_\_. *Autenticidade juvenil: consumo midiático, investimento afetivo e disputa simbólica no interior de uma comunidade de fãs*. In: Revista ECO-PÓS/UFRJ – Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação, v. 8, n. 1. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2005. p. 42-56.

MOTTA, Flávia. *Histeria coletiva: Vinte mil pessoas param Leme e Copacabana para ver os rapazes do Backstreet Boys em visita ao Rio*. **O Dia**, Rio de Janeiro, 21 nov. 2000. Caderno D, p. 1-3.

NOGUEIRA, Lígia. *Backstreet Boys se apresentam para 12 mil em São Paulo – e prometem voltar*. **G1**, 6 mar. 2009. Disponível em:

<<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL1031244-7085,00-BACKSTREET+BOYS+SE+APRESENTAM+PARA+MIL+EM+SAO+PAULO+E+PROMETEM+VOLTAR.html>>Acessado em: 01/06/10

PINHEIRO, João. *Fãs do Backstreet Boys em delírio*. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 21 nov. 2000. Caderno B.

PUGIALLI, Ricardo. *Beatlemania*. Ediouro Publicações, 2008

SÁ, Simone. *Netnografias nas redes digitais*. Trabalho apresentado no GT Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação. X Compós, Brasília, 2001.

SANTOS, Andrea Gonçalves. *Histeria no cerco aos Backstreet Boys*. **O Globo**, Rio de Janeiro, 21 nov. 2000, p. 15.

THORNTON, Sarah. *Club cultures: music, media, and subcultural capital*. Wesleyan University Press, 1996.

VIOLA, Kamile. *Sucesso nos anos 90, rapazes do Backstreet Boys voltam à ativa e fazem show no Rio*. **O Dia Online**, 19 fev. 2009. Disponível em:

<[http://odia.terra.com.br/cultura/htm/sucesso\\_nos\\_anos\\_90\\_rapazes\\_do\\_backstreet\\_boys\\_voltam\\_a\\_ativa\\_fazem\\_show\\_no\\_rio\\_230961.asp](http://odia.terra.com.br/cultura/htm/sucesso_nos_anos_90_rapazes_do_backstreet_boys_voltam_a_ativa_fazem_show_no_rio_230961.asp)>Acessado em: 01/06/10

## ANEXO A - REPORTAGENS

Jornal Extra. Primeiro Caderno. 21/11/2000

# Loucura na chegada dos Backstreet Boys

## Mais de 20 mil fãs se aglomeraram para ver o grupo

ANDREA GONÇALVES SANTOS

**L**oucura, confusão e frustração. Foram assim as primeiras horas do grupo Backstreet Boys no Rio ontem. Desde a manhã milhares de fãs se concentraram no Aeroporto Tom Jobim, esperando a chegada do grupo, que estava prevista para às 15h. Cada alarme falso provocava gritaria e muito corre-corre, substituídos pela decepção quando os Backstreet Boys chegaram às 15h20m e sumiram por uma porta lateral sem tomar conhecimento das cerca de 300 fãs que estavam no saguão do aeroporto.

— É um absurdo. Viajamos mais de dez horas para

vê-los — reclamou Paula Araújo, de 17 anos, que veio de Rio Claro, interior de São Paulo.

Mas houve quem achasse que todo sofrimento ainda era pouco. A estudante Fabiana Vasquez, de 14 anos, acampou desde sexta-feira no aeroporto, levando só R\$ 15 para as refeições.

— Vale qualquer sacrifício porque eu amo todos eles — derreteu-se Fabiana.

Do aeroporto o grupo seguiu em dois ônibus para o Hotel Méridien, no Leme, onde chegou às 16h30m, após um giro pelo Rio que incluiu Lagoa, Aterro do Flamengo e Botafogo.

Na frente do Méridien o tumulto ficou ainda maior.

Cerca de 20 mil fãs — de acordo com cálculos a PM — fecharam as ruas próximas ao hotel esperando a chegada dos ônibus, que foram cercados. Os cem policiais militares presentes no local tiveram trabalho para conter os fãs. Foi necessária uma operação de guerra para a chegada do grupo, que veio pela contramão na Av. Atlântica e entrou no hotel por uma porta lateral.

Para compensar tamanha devoção o grupo apareceu na sacada do hotel, por volta de 22h30m, e fez um show-relâmpago que durou meia hora. Eles cantaram três músicas, uma delas a conhecida "I want it that way", do CD Millennium. Várias fãs desmaiaram.

MARCO ANTONIO CAVALCANTI



A polícia teve trabalho para conter a multidão que se aglomerou na porta do Méridien



# Fãs do Backstreet Boys em delírio

PM deslocou todo efetivo da orla para conter milhares de jovens. Convulsão e histeria antes do show do grupo

JOÃO PINHEIRO

Uma multidão de fãs do conjunto americano Backstreet Boys provocou um grande tumulto ontem em frente ao Hotel Meridien, em Copacabana, onde o grupo se hospedou e fez um pequeno show à noite, cantando quatro músicas. Cerca de 10 mil pessoas, pelos cálculos da Polícia Militar, ou 20 mil, pela contagem da Companhia de Engenharia de Tráfego (CET-Rio), aglomeraram-se na Avenida Princesa Isabel. Para conter os ânimos dos fãs – a maioria adolescentes – a PM precisou deslocar todos os homens que faziam o policiamento da orla de Copacabana.

Até as 22h, 50 adolescentes foram socorridos pelos policiais e bombeiros, com crises de convulsão, torção de tornozelos e ataques de histeria. Muitas fãs chegaram à porta do hotel na noite de sábado e passaram mal porque ficaram sem comer. O grupo chegou ao Rio na tarde de ontem, para promover o lançamento de seu novo CD. Segundo o subcomandante do 19º BPM (Copa-

cabana), coronel Cony, a PM não foi avisada do evento. "Quando o tumulto aumentou por volta das 15h, tivemos que deslocar todos os homens da orla de Copacabana, cerca de 150 policiais", afirmou. No total, 200 homens, incluindo o grupo do Getam e, bombeiros, foram acionados para controlar a multidão. Trinta homens da Guarda Municipal e trinta da CET-Rio também participaram da ação.

O trânsito ficou congestionado em Copacabana durante todo o dia. À tarde, a CET-Rio teve que interditar as duas pistas da Av. Princesa Isabel e parte da Atlântica. O tráfego em direção a Botafogo foi desviado.

**Desmaio** - A adolescente Milene, 15 anos, desmaiou e teve que ser socorrida pela PM. Depois de alguns minutos tentando acalmá-la, o subcomandante do 19º BPM decidiu ligar para mãe da menina, que não sabia onde a filha estava. Muito pais tiveram que enfrentar a multidão para encontrar os filhos. Menores podiam ser visto consumindo bebidas alcoólicas, apesar da presença de comissários do Juizado no local.

Antonio La



Muitas fãs permaneceram na entrada do hotel desde a noite de sábado. Algumas saíram carregadas por policiais

## Grupo já vendeu mais de 51 milhões de discos

Formado por cinco americanos, o conjunto Backstreet Boys foi criado em 1996 e já vendeu mais de 51 milhões de discos em todo o mundo. Dançando e cantando música pop, os garotos já conquistaram discos de ouro e platina em 45 países. O show de ontem – onde eles só cantariam uma música

ca – foi uma estratégia de lançamento do quarto CD do grupo, intitulado *Black & Blue*.

Antes de chegar ao Rio, na tarde de ontem, eles se apresentaram em Sidney, na Austrália. Depois do show que tumultuou Copacabana, os cinco rapazes arrumadinhos – Nick Carter, Howie Dorough, Brian Littrell,

AJ McLean e Kevin Richardson – iriam para Nova Iorque para mais um show. Um detalhe: nenhum dos integrantes tocou instrumentos musicais. No show, os Backstreet Boys limitaram-se a cantar, dançar e enlouquecer a platéia.

A música que lançou o grupo ao estrelato foi *Backstreet*

*back*, do segundo CD. No novo disco, os garotos, que tinham entre 20 e 28 anos, apostando na faixa *Shape of my heart*. Com o show de ontem, o grupo promoveu uma rádio que puderam ver o quanto são ruidosos pelas fãs cariocas. Na sua turma fecharam o trânsito. Literalmente.



Os integrantes do grupo antes da apresentação no Meridien



# Histeria coletiva

Vinte mil pessoas param Leme e Copacabana para ver os rapazes do Backstreet Boys em visita ao Rio

FLAVIA MOTTA

**Vinte** mil fãs enlouquecidas pararam o trânsito ontem nas avenidas Princesa Isabel e Atlântica, em frente ao Hotel Méridien, no Leme. A multidão, calculada pela Polícia Militar, estava à espera dos galãs do momento, o grupo americano Backstreet Boys. Eles vieram ao Rio para badalar o novo disco com entrevistas e gravações para TV.

Às 16h, quase três mil pessoas se aglomeravam em frente ao prédio. Às 19h, eram seis mil. À noite, 20 mil esperavam um minishow do grupo, marcado para as 22h. Os rapazes ficaram na sacada do hotel e cantaram para o público.

A maior parte dos fãs era de adolescentes. Meninas com camisetaz e os nomes dos ídolos escritos em batom no rosto. Ainda assim não era difícil encontrar mães, namorados e crianças perdidos na confusão.

Era o caso de Carla da Silva, 19 anos, e Rosivaldo Ro-

drigues, 20. Por causa da namorada, o rapaz saiu de São Gonçalo às 6h para esperar cantores dos quais nem gosta. "Mas eu gosto dela, então faço qualquer coisa", conformava-se, cercado de jovens histericas, que tiravam fotos até com sócias dos ídolos.

Apesar do sol forte, as paulistas Mariana Mirabete, 19 anos, Renata Machado, 14, e Camila Alcântara, 18, preferiam ficar em pé no meio da confusão do que aproveitar a praia. "Se eles fossem para o Amazonas, eu iria atrás", dizia Mariana. As três amigas chegaram ao Rio à 1h de ontem, em uma excursão que reuniu 80 pessoas. Foram para o aeroporto, mas depois acharam melhor esperar na praia.

Sábia decisão: das mais de 2 mil meninas que se espremiaram no saguão do Aeroporto Internacional Tom Jobim, apenas 20 conseguiram furar o forte esquema de segurança e invadir a área vip onde os cantores chegaram. As "invasoras" foram recebidas com simpatia pelo grupo, que tirou fotos e deu autógrafos, antes de embarcar no ônibus.

• **Leia entrevista do Backstreet Boys na pág. 3**



**ATENÇÃO.** Nayza Prisce Alves da Silva se vestiu com fotos do grupo

MAURICIO SEIDL



**GRACINHA.** Avião particular dos Backstreet Boys tem o nome do grupo



**PINTURA.** Nomes dos ídolos

**"Vim de São Paulo. Iria atrás deles até no Amazonas"**  
Mariana Mirabete, 19 an

**"Espero por isso há três anos. Meu sonho é ver o grupo"**  
Camila Alcântara, 18 an

**"As meninas são doidas. Só viemos porque tem muita mulher junta"**  
Bruno Borges, 18 an

**MULTIDÃO.** Jovens se aglomeraram na porta do hotel, no Leme, e subiram até em sinal de trânsito





CONTINUAÇÃO DA CAPA

# 'Não merecemos tanto'

Backstreet Boys se surpreendem com assédio das fãs e planejam fazer show no Rio ano que vem

EUSÉBIO GALVÃO

**A**té os Backstreet Boys ficaram surpresos com a recepção das fãs brasileiras. "Quando vimos aquela multidão enlouquecida, gritando, ficamos espantados. Não sei se somos merecedores de tanta devoção de um outro ser humano. Fazemos música e tocamos a vida das pessoas, mas esse tipo de reação é impressionante", comentou Kevin.

E experiência com os fãs, o grupo tem. Para divulgar o novo disco, **Back & Blue**, a banda montou o que chama de Turnê das 100 horas. Antes do Rio, eles passaram por Estocolmo, Tóquio e Sidney. Agora, seguem para Cidade do Cabo e encerram em Nova Iorque. A média é de 12 horas em cada cidade. Nas visitas, apenas entrevistas e uma apresentação: eles cantaram um medley com três músicas e o novo sucesso, **Shape of my Heart**, para o público que estava na rua.

Os rapazes contaram que o Rio quase teve a oportunidade de assistir a um show inteiro do grupo. "Fomos convidados para o Rock in Rio, mas na época do festival estaremos ensaiando para a turnê, que começa dia 23 de janeiro, nos Estados Unidos. Mas temos planos de voltar no segundo semestre", anunciou Kevin.

Legítimo representante das **boy bands** (bandas de meninos, como Five e N'Sync), o



**BONITINHOS.** Os Backstreet Boys posaram ontem à noite em entrevista coletiva antes de cantar para fãs

grupo evita semelhanças com outros galãs. "Os New Kids on the Block, por exemplo, tiveram tanta fama quanto nós. Mas somos cantores, eles eram animadores de plateia", desdenhou Kevin. "Não estamos nisso pela fama. Já temos oito anos de carreira. Antes, lavamos prato, vendemos carro, fizemos de tudo. Merecemos o sucesso agora", disse Brian.

A trilha para se manter no auge não muda muito. "Este disco está um pouco mais agitado e variado", define Nick sobre **Back & Blue**. O nome, aliás, veio por acaso. "Não tínhamos título para o disco. Quando fomos para uma sessão de fotos, percebi que estávamos todos vestidos de preto e o fundo era azul. Surtiu o nome", contou Brian, sobre o trocadilho com as palavras **black** (preto) e **blue** (azul).

## CAOS NO TRÂNSITO

A vinda dos Backstreet Boys ao Rio não mexeu apenas com a vida das meninas que foram vê-los em Copacabana. Os moradores do Leমে estavam espantados com a confusão. A arquiteta Selma Fraiman, 37 anos, começou a ouvir a histeria das fãs às 19h de domingo. "Não dormi a noite inteira por causa delas. Foi um horror", reclamou.

Ontem, parte da Avenida Princesa Isabel teve que ser interditada, assim como parte da Avenida Atlântica. E quem mora perto do Méridien teve dificuldades para chegar em casa durante todo o dia.

Mas a situação piorou mesmo no fim da tarde. Com ruas fechadas e orientações erradas dos policiais que controlavam o trânsito, teve gente que ficou parada por mais de meia hora no mesmo lugar.

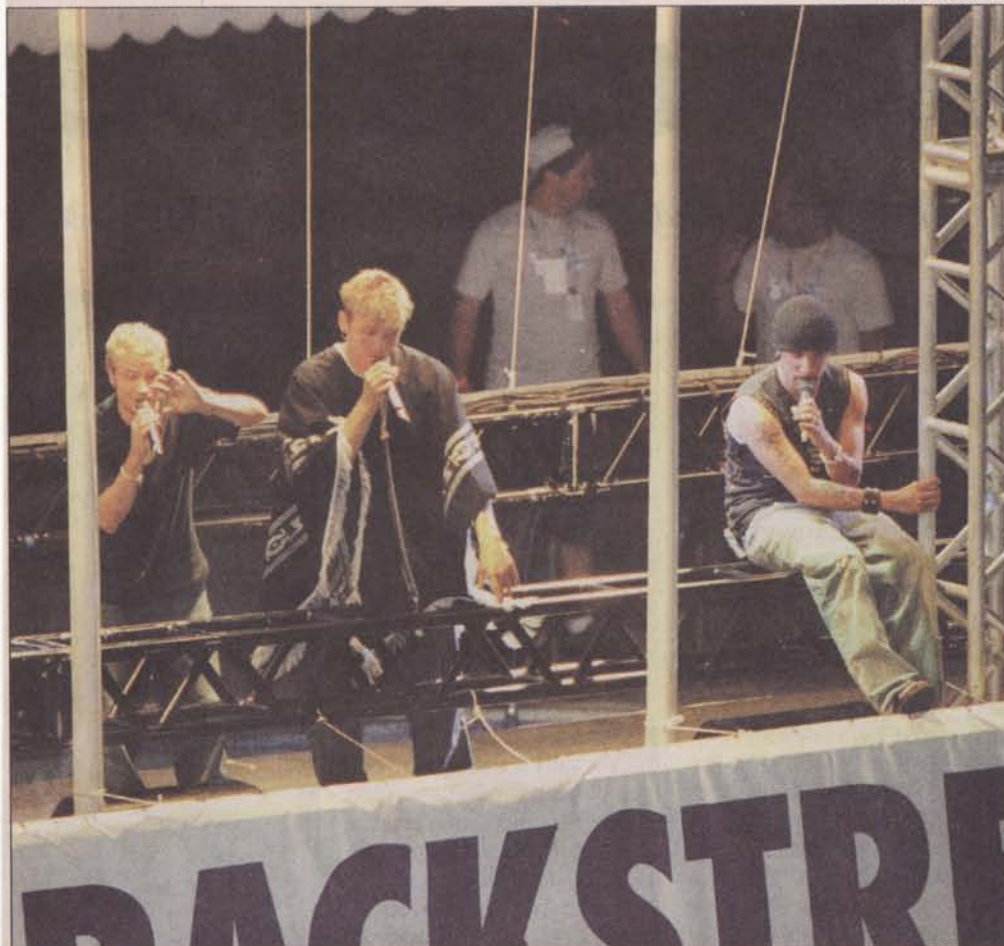
Ainda assim, para Selma, pior do que a confusão no trânsito, foi a falta de organização no evento. "O mínimo que os organizadores podiam fazer era avisar que ia ficar um caos no bairro."

A Polícia Militar também teve trabalho. Só o 19º BPM (Copacabana) deslocou mais de 130 homens para fazer a segurança no local. Muitas meninas desmaiaram e tiveram que ser socorridas por ambulâncias da Guarda Municipal e dos bombeiros.



2ª EDIÇÃO • Terça-feira, 21 de novembro de 2000 • **EXTRA**

RICARDO GOMES



O grupo Backstreet Boys fez um show-relâmpago na sacada do Hotel Méridien

## Promessa de show para 2001

Howie, Nick, Brian, Kevin e AJ Maclean vieram ao Brasil para uma estada breve. Ontem eles deram coletiva para divulgar seu quarto disco, "Black e blue". Os rapazes vão embora ainda hoje de manhã. Mas eles deixaram uma boa notícia para as fãs: devem voltar ao país no segundo semestre do ano que vem, para uma série de shows.

A informação foi dada durante a entrevista coletiva, ontem à noite, que reuniu dezenas de jornalistas, alguns fãs e muitos penétras.

Sobre a ausência do grupo no Rock in Rio, em janeiro, AJ

explicou a razão:

— Fomos convidados mas infelizmente não pudemos aceitar já que estaremos ensaiando para a turnê americana, que começa naquele mesmo mês.

A presença que quase 20 mil fãs na porta do Hotel Méridien deixou os rapazes do grupo empolgados e até um pouco assustados.

— Foi uma recepção louca. Nunca aconteceu algo assim em nenhum outro lugar do mundo — disse Howie.

Louca mesmo. Para as meninas, valia qualquer coisa para chamar a atenção dos ídolos,

desde faixas e cartazes, até fantasias.

A estudante Layza Trice, de 17 anos, inovou. Vestiu-se de presente para os Backstreet Boys, usando uma roupa feita de pedaços de caixa de papelão cobertos com fotos e recortes sobre o grupo.

Enquanto esperavam pela aparição dos ídolos na sacada do hotel, os fãs faziam a festa nas ruas próximas. A música "Shape of my heart" virou trilha sonora oficial do tumulto e só deixava de ser ouvida quando os fãs resolviam cantar também "I want it that way".

Jornal O Globo. 26/04/2001

# Fãs dos Backstreet Boys acampam no estacionamento do Maracanã

Show do grupo será daqui a uma semana; ainda há ingressos à venda

Camilla Maia

Bruno Porto

• Um dos estacionamentos do Maracanã se transformou numa sede de fã-club. E os nomes dos ídolos não são os que costumam levar milhares ao estádio, como Romário e Petkovic, e sim Kevin, A.J., Brian, Nick e Howie, os integrantes dos Backstreet Boys. Para conseguir um lugar junto ao palco onde o grupo se apresentará daqui a uma semana, cerca de 40 fãs dos BSB estão acampados no lugar.

Admiradores dos cinco americanos como Priscila Patrícia Silva dos Santos, de 18 anos, contam que a Suderj permitiu que eles ficassem no estacionamento.

— Nós íamos acampar do lado de fora do estádio, mas a Suderj deixou a gente ficar aqui — disse Priscila, que está instalada no estádio desde sábado e só foi em casa, em Duque de Caxias, anteontem.

Assim como ela, outros jovens estão sem aparecer em



GRUPO DE FÃS acampados num dos estacionamentos do Maracanã

casa há alguns dias. Eles almoçam e jantam lanches que levaram nas mochilas e dormem em barracas ou em colchões. Desde ontem, o banho passou a ser um problema.

— Estávamos usando o chuveiro dos seguranças, mas agora disseram que não é mais

permitido — contou Priscila.

Outras fãs estão dormindo no estacionamento somente um dia e mesmo assim esperam garantir um lugar, graças a um sistema de revezamento.

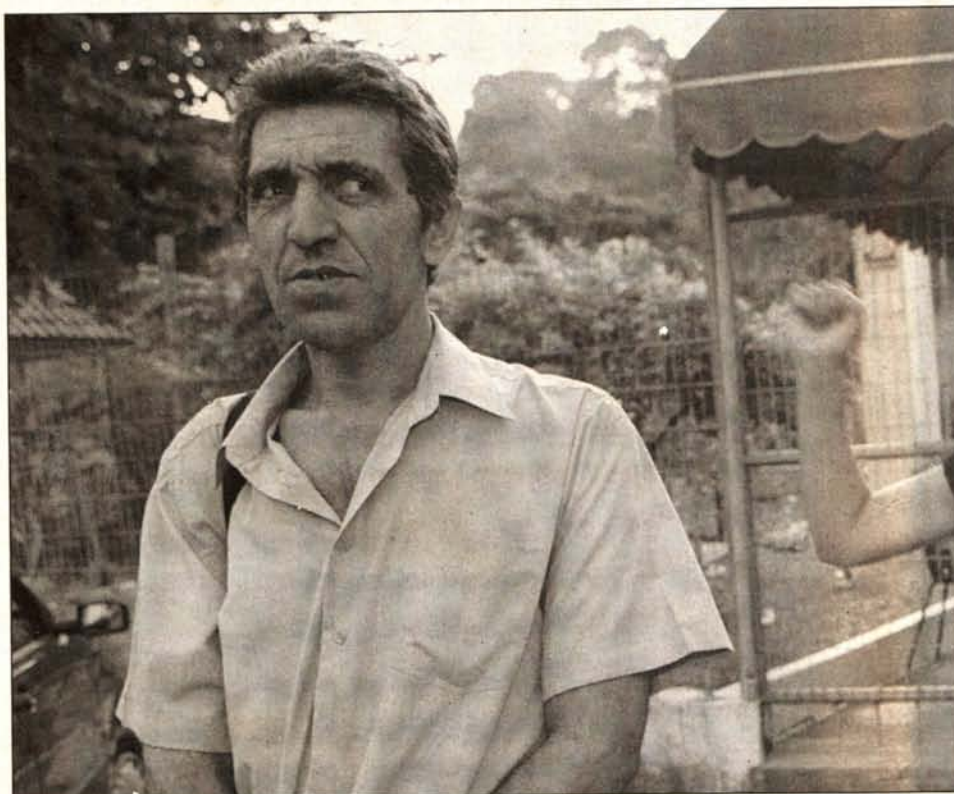
— Cada dia um do grupo de fãs dorme aqui — explica David Fernando, de 21 anos. ■



Jornal Extra, 27/04/2001 – *Acabou o acampamento* - Parte 1

# Acabou o aca

Juizado da Infância recolhe fãs do grupo a



Isabelle, acompanhada do pai Adalberto, ficou alegre ao deixar o abrigo e saber que terá pri

CARLOS MONTEIRO  
EDUARDO AULER

**O** sonho de ver o show do Backstreet Boys na primeira fila se transformou, ontem, em um pesadelo para 23 adolescentes que estavam acampados há dez dias no Maracanã. No início da manhã, comissários da 1ª Vara da Infância e da Juventude, apoiados por policiais militares e civis, retiraram todos os menores de idade do local. Cumprindo ordem do juiz Leonardo de Castro Gomes, eles levaram os fãs do grupo — 19 moças e quatro rapazes — para um abrigo da Prefeitura, no Alto da Boa Vista.

O momento do embarque em um ônibus foi marcado por cenas de desespero, mas os comissários alegaram que não podiam deixar menores de idade faltando aulas e dormindo na rua até a próxima quinta-feira, dia do show. A justificativa, no entanto, não convenceu os fãs, que garantiram ter autorização dos pais para acampar no Maracanã. Eles também reclamaram da maneira como os dez funcionários da Justiça e oito policiais conduziram a operação.

— Estávamos dormindo quando eles chegaram e começaram a bater na lona das barracas, mandando a gente levantar. Parecia uma perseguição a bandidos, ficamos

em pânico ao ver os policiais nos dando ordens. Fomos colocados em um ônibus sem saber para onde éramos levados — contou Isabelle da Silva, de 16 anos, que guardava o primeiro lugar na fila.

No abrigo para menores Dr. Floriano Lemos, onde os fãs aguardavam a chegada dos pais, Isabelle disse ainda que, na segunda-feira, os comissários da Justiça estiveram no Maracanã e se passaram por funcionários da Suderj para conversar com o grupo. Alegando que trabalhavam na produção do show, fizeram um cadastro dos adolescentes, que ajudou a identificá-los na operação de recolhimento que viria a ser



Jornal Extra, 27/04/2001 – Acabou o acampamento - Parte 2

O assunto é ►► **show do Backstreet Boys**

*O Extra - 1º caderno - 27/04/2001*

# Acampamento

americano que faziam vigília no Maracanã

FOTOS DE MARCELO THEOBALD



**Vi o fim de meu sonho de assistir ao show de perto ...**

idade na fila, no dia do show

realizada no dia seguinte.

— Fizemos o cadastro sem mencionar que éramos da Justiça, pois os menores de idade poderiam omitir os dados. Agimos para protegê-los, não houve qualquer tipo de agressividade em nosso trabalho — explicou Valéria Fernandes, chefe de fiscalização da 1ª Vara da Infância e da Juventude.

Ao retirar os fãs dos Backstreet Boys do abrigo, seus pais tiveram que assinar um termo de responsabilidade. Eles deverão responder a um processo no Juizado de Menores por descumprir os deveres do pátrio poder, e poderão pagar de três a 20 salários mínimos de multa.

**ISABELLE DA SILVA, DE 16 ANOS, é estudante e fã do Backstreet Boys que, juntamente com outros 23 adolescentes, foi recolhida ontem por comissários do Juizado**

■ Eram pouco mais de 6h quando os comissários da Justiça e os policiais chegaram. Eles batiam na lona das barraca e diziam: “Sai todo mundo, levanta, vamos embora”. Fiquei em pânico e comecei a chorar. Estava guardando o primeiro lugar da fila há dez dias. Vi o fim de meu sonho de ver o Backstreet Boys de pertinho...

O Juizado de Menores não entende nossa paixão pelo grupo. Além disso, ig-

norou que estávamos todos ali com o consentimento de nossos pais. Mas não tem problema. Voltarei à fila outra vez. Ninguém poderá me impedir de ficar o mais próximo possível do Backstreet Boys no dia do show.

Não somos menores abandonados que vivem nas ruas. Acampamos com o consentimento de nossos pais e o pessoal da Suderj tomava conta da gente.

Torço agora para que os rapazes do grupo tomem conhecimento de tudo o que aconteceu com seus fãs do Rio. Quem sabe, assim, eles ficam comovidos e acabam se encontrando conosco?



Valéria Fernandes • Chefe de Fiscalização da 1ª Vara da Infância e da Juventude

## ENTREVISTA

# 'País têm que zelar pelos filhos'

**- O que levou o Juizado a fiscalizar adolescentes no Maracanã?**

Foi uma ação para protegê-los. O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) garante o direito à cultura e à diversão, mas o show está marcado só para o próximo dia 3. Eles deixaram de ir à escola, mas teriam que estar assistindo às aulas normalmente. Não pode haver prejuízo no desenvolvimento intelectual. Não faz sentido.

**- E de quem é a responsabilidade?**

Os pais agiram como se estivessem negligenciando suas obrigações. E preciso zelar por seus filhos. Eles têm que tomar banho, ter acesso a um banheiro privativo, se alimentar corretamente e ir à escola. Não podem viver como se fossem nômades.

**- E o que será feito?**

Estes adolescentes não são infratores, mas seus pais descumpriram o artigo 249 do ECA. Eles podem responder a um processo administrativo, que prevê punição de três a 20 salários mínimos. Mas não se trata de ação criminal, que resulte em prisão.

**- Alguns jovens criticaram a operação e disseram que voltariam ao Maracanã.**

A Polícia Militar e a Guarda Municipal foram acionadas, por meio de ofícios, para assegurarem a manutenção da ordem pública. Caberá à PM fazer a segurança e o controle do trânsito. A Guarda vai ficar responsável pela representação aos ambulantes e evitar que novas barracas sejam armadas. A rua não é hospedaria distúrbio.

**- Será possível manter o controle?**

Não temos como evitar que as calçadas fiquem cheias de adultos. Mas não podemos permitir que adolescentes sejam expostos desta forma. E que uns fiquem dentro do estádio e outros fora. Isso só causaria distúrbio.



Margarida: apoio à filha, retirada ontem do Maracanã

## Solidariedade de outros fãs

Entre os fãs adultos que permaneceram no Maracanã após o recolhimento dos menores de idade, ficou um clima de apreensão. Ainda pela manhã, pouco depois da operação, eles temiam que os adolescentes enfrentassem problemas para ver o show.

A gente ficou aqui sem saber de nada. Parecia que o pessoal mais novo estava sendo levado para o Instituto Madre Severino, o abrigo de menores infratores na Ilha do Governador. Só nos resta guardar o lugar dos adolescentes e tomar conta dos parentes deixados para trás — disse Vanessa Veras, de 19 anos.

A gente tentou argumentar com os policiais que os menores de idade estavam

## AVIA-GRUPIS

SIMONE MIRANDA



### INÍCIO

Os fãs do Backstreet Boys começaram a acampar no Maracanã no último dia 16. Nas primeiras noites, dormiram na calçada, em frente ao portão 15, e se revezavam na vigilância dos pertences.

### AJUDA

Impressionado com o sacrifício das fãs, Francisco de Carvalho permitiu que o grupo, de aproximadamente cem jovens, acampasse no pátio interno do estádio. Seguranças ajudavam a tomar conta das barracas, e os tletes podiam usar banheiros para higiene pessoal.



### ROTINA

Cantorias, bate-papos e jogos ajudavam a passar o tempo. Mas a aventura dos fãs acabou ontem com a ida dos menores para o abrigo do Juizado, no Alto da Boa Vista (na foto ao lado).

## 'Houve exagero do Juizado'

Expressões de alívio e emoção marcaram o reencontro de pais e filhos no abrigo de menores do Alto da Boa Vista. Ninguém levou bronca, e a maior preocupação dos responsáveis foi apaziguar os ânimos.

Não tenho motivo para ficar zangada com minha filha. Deixei que ela acampasse no Maracanã. Vejo sua paixão pelo Backstreet Boys como algo saudável. Ruim seria se ela gostasse das coisas apelativas que tomam conta de nossa música. Os comissários do Juizado deviam ter avisado aos fãs que não podiam ficar ali. Eles iriam para casa e ficaria tudo resolvido. Houve exagero — disse a psicóloga Margarida Torres Soares, de 43 anos, mãe de Marina Torres Bravo, de 17.

Por que não avisaram logo no primeiro dia do acampamento que os menores de idade estavam impedidos de dormir na fila? Evitariam toda a agonia que passamos. Querer multar os pais também é algo injusto. Não é tirando nosso dinheiro que vão ajudar as fãs e suas famílias — desabafou Adalberto.

MAIS SOBRE O BACKSTREET BOYS NO SESSÃO EXTRA ►►



Jornal O Globo. 26/04/2001



CLAYTON (À ESQUERDA) e Bernardo: sócias para despistar tietes

## Insossos de mentirinha

• Por uma semana, os cariocas *Clayton Paiva Vieira* e *Bernardo Romero* vão viver o lado chato de ser ídolo: eles foram escolhidos para se fazerem passar pelos insossos Backstreet Boys A.J. e *Brian Litrell* em manobras de despiste de tietes. Os dois se juntarão a outros três sócias dos mauriçolas — que ainda estão sendo selecionados pelos produtores da turnê carioca do grupo — no papel de isca, aparecendo onde as fãs acham que os ídolos apareceriam para desviar a atenção das desesperadas. Aos 19 anos, Clayton é cover oficial de A.J. e, diferentemente do original, adoraria ser assediado de verdade pelas patricinhas. Bernardo não pensa diferente: ele gosta de ser comparado a Brian pelas tietes que o param nas ruas.

Jornal Extra, 4/5/2001.

EXTRA • Sexta-feira, 4 de maio de 2001 • 3ª EDIÇÃO

# Histeria e efeitos

Fãs não pararam de gritar um único minuto durante o show do

FOTOS DE MARCELO THEOBALD

**U**m clima de histeria e muitos efeitos especiais tomou conta das cerca de 70 mil pessoas que foram ao show dos Backstreet Boys, ontem, no Maracanã. Fãs adolescentes não pararam de gritar um minuto sequer. E houve até quem desmaiasse, deixando para uma próxima vez a chance de ver um show do quinteto — os postos médicos realizaram mais de mil atendimentos. As arquibancadas estavam lotadas, mas na pista a circulação era livre.

Os rapazes subiram ao palco às 21h20m, com roupas futuristas e coreografias robóticas, ao som de "Everyone". Antes de entrarem — as cantoras Pollyanna e Krystal fizeram shows de abertura de 20 minutos cada uma — um telão mostrou meteoros caindo sobre o planeta Terra. No palco, bolas de fogo ajudavam a reproduzir o clima.

Logo depois da terceira música, "Shinning star", Kevin tentou ler um bilhete em português, mas só conseguiu dizer: "Boa noite, Rio, Cidade Maravilhosa". Em inglês, ele agradeceu à hospitalidade dos cariocas e dedicou a canção seguinte, "What makes you different", às brasileiras.

Às 23h, Kevin, Nick, Howie, Brian e A.J. encerraram o show. Para delírio das meninas, o grupo voltou para o bis com camisas da seleção brasileira e cantou uma única música: "The Shape of my heart".

As fãs dos Backstreet não pouparam esforços para verem os ídolos. Antes mesmo de os portões abrirem, às



A.J. rebola, Nick ataca de guitarrista e Howie canta no show que levou as meninas ao delírio

14h10m (o horário marcado era 16h), o Maracanã já estava lotado.

Na hora de entrar, porém, nem tudo foi festa. As fãs que acamparam durante 18 dias em frente ao Maracanã não conseguiram bons lugares.

— Quando entramos já tinha muita gente no gramado. Foi impossível chegar lá na frente — reclamou Kátia de Almeida, de 30 anos.

As atrizes Fernanda Souza e Taís Fersoza tentaram assistir ao show da pista. Mas o assédio às duas foi tão grande que os seguranças tiveram que colocá-las na torre de som.



Nick abraça Kevin, que segura uma enorme carta de uma fã



Jornal Extra, 5/5/2001. - Grudadas nos Backstreet - Parte 1

# Grudadas no

Choros, desmaios e muito aperto são sensações de q

MARCELO THEOBALD

MARCO ANTONIO BARBOSA

**A**ssistir a um megashow em um estádio na fila do gargarejo — ou seja, o mais perto possível do palco — é uma experiência que exige paciência, fé, resistência física e amor. Só o amor pode explicar o sacrifício a que milhares de garotas se expuseram para ter a chance de ficar pertinho dos Backstreet Boys, no show de anteontem à noite, no Maracanã.

— Todo sacrifício vale a pena. Vai que o A.J. me vê aqui — sonhava Isabelle da Silva, de 16 anos, que para garantir um lugarzinho na grade que separa o público do palco, armou sua barraca em frente ao estádio três semanas antes do show.

Às 21h20m, apagaram-se as luzes do estádio e a gritaria foi ensurdecedora. Todo mundo resolveu se espremer (mais ainda) em direção ao palco.

— Vai dar m...! — gritou um dos homens da Defesa Civil, no meio do público.

Quando o show enfim começa, o efeito para quem está perto é assustador. Bolas de fogo explodem no palco, fumaça sobe de todos os lados e o barulho das explosões abafa até os berros das fãs. Os Backstreet sobem ao palco e as garotas não sabem se choram, gritam ou se abraçam.

No gargarejo pode-se ter uma certeza: Nick é o backstreet mais amado. Uma das garotas passou literalmente o



Nick e Brian ensaiam um strip-tease, para delírio das fãs

show inteiro berrando “Niiiiick!” — ou melhor, tentando berrar, pois já na primeira música ela estava totalmente sem voz.

Mesmo perto do palco, é melhor acompanhar pelo telão para não perder detalhes. Tem muita fumaça de gelo seco no palco, o que às vezes encobre os rapazes.

Meninas choram com expressão de dor. Algumas desmaiam e são carregadas pelos

homens da Defesa Civil.

No palco, Brian ensaia um *strip-tease* e as meninas enlouquecem. Ele fala (em inglês) que está com muito calor e elas deliram.

— Não entendi nada o que ele disse — comenta uma fã com a amiga.

— Ele disse que está com calor — explica a outra.

— Ah, coitado! — devolve a primeira, esquecendo-se do sufoco que ela própria passava.

# Os Backstreet

quem viu o show no meio das fãs, em frente do palco

## Tietes com menos de 10 anos

SIMONE MIRANDA

Nem só de adolescentes foi formada a platéia dos Backstreet Boys. Espalhados pela pista, arquibancadas e cadeiras do Maracanã, muitas meninas com menos de 12 anos (idade permitida para ir ao show sozinho) ficavam na ponta dos pés para assistir aos americanos. No gramado, era preciso cuidado para não tropeçar nos pequeninos mas não menos empolgados fãs. A justificativa para o assédio precoce é unanimidade entre as crianças:

— Os Backstreet Boys são muito lindos! — gritaram, em coro, as irmãs Rayane e Priscila Peixoto, de 10 e 12 anos.

Sem aparentar sono nem cansaço, elas dançaram durante todo o show e aplaudiram no final, junto com as amigas Bianca da Silva e Karine Ferreira, de 10 e 8 anos.

— Estou adorando o show, eles são muito bonitos. Principalmente o Brian, que é o que eu mais gosto — disse Bianca.

Com uma faixa do grupo na cabeça e fotos dos rapazes nas duas mãos, Aline Vieira, de 8 anos, assistiu ao show ao lado da mãe, Maria do Socorro, de 40 anos. Mesmo sem saber o nome do eleito, a menina não hesitou em apontar o seu backstreet preferido: Nick, o mais votado também entre as pequenas fãs. A mãe tentou acompanhar a opinião, mas foi prontamente corrigida pela filha, que parecia não querer concorrência na tietagem:

— Não, mãe, você gosta desse! — gritou Aline, apontando para a foto de Kevin, que, por coincidência ou não, é o mais velho do grupo.

Maria do Socorro não teve jeito: concordou com a filha.

### MAIS UM DIA NO RIO

#### ■ PARTIDA ADIADA

Os Backstreet Boys ficaram mais um dia no Rio. Enquanto toda a equipe viajou ontem para São Paulo, os astros preferiram aproveitar mais um pouco do sol da cidade, acompanhados, é claro, de seus seguranças. O grupo embarca para São Paulo hoje às 5h.

#### ■ NOITADA

Depois do show de anteontem, os rapazes foram direto para a área da piscina do Hotel Sheraton, onde estão hospedados, e ficaram conversando até as 2h. Depois eles foram jantar fora.

#### ■ NOVO AMIGO

Kevin e Vitor Belfort se conheceram nesta semana e se tornaram amigos de infância. Anteontem, o backstreet e Belfort lutaram boxe à tarde e jantaram juntos depois do show numa churrascaria. E parece que Kevin gostou da carne brasileira: ontem ele passou o dia num churrasco na casa do novo parceiro. Brian e A.J. jogaram golfe. Nick e Howie ficaram no hotel.

#### ■ SEM SHOW

Dezenas de fãs não conseguiram assistir ao espetáculo, porque desmaiaram quando os astros subiram ao palco. Tremendo na maca, adolescente Patrícia gritava: "Quero ver o Nick", enquanto a levavam para o posto médico.

RENATA FRADE



## ANEXO B

### **Larger Than Life**

Album: Millenium. 1999

Composição: Littrell, Brian T; Martin, Max; Lundin, Kristian

I may run and hide  
When you're screamin' my name, alright  
But let me tell you now  
There are prices to fame, alright  
All of our time spent in flashes of light

*[Chorus:]*

All you people can't you see, can't you see  
How your love's affecting our reality  
Every time we're down  
You can make it right  
And that makes you larger than life

Looking at the crowd  
And I see your body sway, c'mon  
Wishin' I could thank you in a different way, c'mon  
Cuz all of your time spent keeps us alive

*[Chorus]*

All of your time spent keeps us alive

*[Chorus]*

Yeah, every time we're down  
Yeah, you can make it right  
Yeah, and that's what makes you larger than life